

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

*ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра маркетинга и рекламы*

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Преддипломная практика

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность «Реклама и связи с общественностью в цифровой среде»

Уровень квалификации выпускника: *бакалавр*

Форма обучения: *очно-заочная, заочная*

Программа практики адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2020

Преддипломная практика
Программа практики
Составитель(и):
д.э.н., проф. Ю.Ю. Шитова
к.э.н., доц. А.А. Митрошин

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры
№ 1 от 31.08.2020 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

- 1.1 Цель и задачи практики
- 1.2. Вид (тип) практики
- 1.3. Способы, формы и места проведения практики
- 1.4. Вид (виды) профессиональной деятельности
- 1.5. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесённые с планируемыми результатами освоения образовательной программы
- 1.6. Место практики в структуре образовательной программы
- 1.7. Объем практики

2. Содержание практики

3. Оценка результатов практики

- 3.1. Формы отчетности по практике
- 3.2. Критерии выставления оценок
- 3.3. Оценочные средства (материалы) для промежуточной аттестации по практике

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

- 4.1. Список источников и литературы
- 4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

5. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

6. Организация практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Приложения

- Приложение 1. Аннотация программы практики
- Приложение 2. График прохождения практики
- Приложение 3. Форма титульного листа отчёта
- Приложение 4. Образец оформления характеристики с места прохождения практики

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи практики:

Цель практики – систематизация исследовательского инструментария, существующего в рамках аналитической деятельности в профессиональной сфере рекламы и связей с общественностью, полученного в процессе освоения образовательной программы и использование его для сбора и анализа по теме выпускной квалификационной работы, а также овладение студентами основными приемами ведения самостоятельной научно-исследовательской работы по направлению их образовательной подготовки по рекламе и связей с общественностью, формированию у студентов профессионального знаний в области научно-исследовательской деятельности.

Задачи практики:

- формирование комплексного представления о специфике деятельности выпускника по направлению образовательной подготовки «Реклама и связи с общественностью»;
- овладение методами исследования по выбранной теме выпускной квалификационной работы (далее – ВКР);
- совершенствование умения и навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности;
- развитие компетентности будущего бакалавра, специализирующегося в сфере рекламы и связей с общественностью;
- сбор и систематизация материалов для написания ВКР;
- написание и представление отчёта о прохождении практики руководителю практики от Российского государственного гуманитарного университета.

1.2. Вид (тип) практики: *преддипломная практика*.

1.3. Способы, формы и места проведения практики:

Способы проведения практики: *стационарная*. Стационарная практика студентов проводится в структурных подразделениях РГГУ или в профильных организациях, расположенных на территории г. Москвы.

Формы проведения практики: *дискретная*.

Преддипломная практика проводится на пятом курсе. Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетных единиц – 114 ч.

Места проведения практики.

Места прохождения преддипломной практики предлагаются кафедрой маркетинга и рекламы или могут быть выбраны магистрантами самостоятельно по согласованию с кафедрой.

Местами прохождения преддипломной практики являются:

- научно-исследовательские институты, осуществляющие исследования по проблемам маркетинга;
- маркетинговые агентства, исследовательские и консалтинговые компании, входящие в Российскую ассоциацию маркетинга и Гильдию маркетологов;
- агентства маркетинговых коммуникаций;
- Подразделения и отделы маркетинга в международных, иностранных компаниях и ассоциациях и их представительствах, совместных предприятиях;
- международные, маркетинговые отделы и другие подразделения предприятий и организаций, ведущих внешнеэкономическую деятельность;
- предприятия и организации, как коммерческие, так и некоммерческие, входящие в цепи поставок;

- Подразделения и отделы маркетинга предприятий, организаций, объединений различных форм собственности и организационно-правовых форм, а также их филиалов, представительств.

Практику студент может проходить в качестве стажера (практиканта), или являясь штатным сотрудником, т.е. работая постоянно или временно на конкретном предприятии, организации. Прохождение практики также возможно в статусе внештатного сотрудника, выступающего в качестве консультанта по конкретной проблеме.

В подразделениях, где проходит практика, студентам должны выделяться рабочие места для выполнения индивидуальных заданий по Программе практики, оснащенные компьютером и необходимым оборудованием.

Преддипломная практика осуществляется в форме реальной работы студентов в качестве исполнителей или руководителей младшего уровня в организациях и подразделениях, осуществляющих маркетинговую деятельность. Студенты могут принимать участие в работе по связям с общественностью, планировании и организации маркетинговой и рекламной деятельности компаний, предприятий и организаций, в проведении маркетинговых исследований, в осуществлении контроля и оценки маркетинговой деятельности; в организации и проведении маркетинговых интернет-коммуникаций.

1.4. Вид (виды) профессиональной деятельности

В ходе прохождения преддипломной практики осуществляется ориентация на следующие виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники по профилю их образовательной подготовки бакалавровского уровня квалификации по направлению – «Реклама и связи с общественностью»: организационный, маркетинговый, авторский, социально-просветительский, технологический.

В соответствии с учебным планом по направлению образовательной подготовки: 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью (профиль «Реклама и связи с общественностью в цифровой среде») формируются следующие компетенции: ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5.

1.5 Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесённые с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-1 (проектный) Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК 1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК 1.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;	<i>Знать:</i> основные технологии создания востребованных в практике рекламы и связей с общественностью медиатекстов и медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с учетом практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов в собственной профессиональной деятельности в данном виде практики. <i>Уметь:</i> осуществлять под контролем руководителя

	<p>ПК 1.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;</p>	<p>практики от организации подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с учетом практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов.</p> <p><i>Владеть:</i> первичными навыками создания востребованных обществом и индустрией текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков и с учетом практических, стилистических и иных требований к созданию такого рода коммуникативных продуктов и успешного их применения в ходе прохождения данного вида практики.</p>
<p>ПК 2.(маркетинговый) Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПК 2.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК 2.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК 2.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.</p>	<p><i>Знать:</i> профессиональные стандарты составления текстов медиапродуктов в соответствии с требованиями норм русского и иностранных языков; правила составления текста медиапродукта с учетом потребностей и запросов потребителей; методы исследования эффективности применяемых языковых средств в сфере рекламы и связей с общественностью на создание и распространение медиапродукта <i>Уметь:</i> в ходе прохождения практики составлять эффективные медиатексты, отражающие актуальные тенденции развития индустрии рекламы и связей с общественностью; использовать языковые средства русского и/или иностранных языков в разных форматах для создания и</p>

		<p>продвижения медиапродукта.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками создания и написания грамотных и актуальных текстов, сопровождающих профессиональную деятельность в области рекламы и связей с общественностью в ходе выполнения заданий по данному виду практики.</p>
<p>ПК 3.(организационный)</p> <p>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ПК 3.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и связям с общественностью или при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;</p> <p>ПК 3.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;</p> <p>ПК 3.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</p>	<p><i>Знать:</i> актуальные технические и технологические потребности обеспечения профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью с целью их использования для выполнения заданий по данному виду практики.</p> <p><i>Уметь:</i> использовать современные технические и технологические средства обеспечения деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать профессиональное программное обеспечение для создания и продвижения медиапродукции в ходе прохождения данного вида практики.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками отбора и использования технических и технологических средств обеспечения профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, в т.ч. использование профильного программного обеспечения в рамках выполнения практических заданий по данному виду практики.</p>
<p>ПК 4.(социально-просветительский)</p> <p>Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>ПК 4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;</p> <p>ПК 4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на</p>	<p><i>Знать:</i> современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов и как их применять в ходе выполнения профессиональных заданий по данному виду практики.</p> <p><i>Уметь:</i> использовать в своей</p>

	<p>принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.</p>	<p>профессиональной деятельности в рамках прохождения данного вида практики современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий <i>Владеть:</i> технологиями выстраивания онлайн и офлайн коммуникаций при помощи современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения с целью успешного выполнения контрольных заданий по данной практике.</p>
<p>ПК 5.(технологический) Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p>ПК 5.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде ПК 5.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде; применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами ПК 5.3. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.</p>	<p><i>Знать:</i> профессиональные стандарты глобального, национального и регионального уровня, регулирующие деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью; типовые рисковые ситуации и возможные методы разрешения конфликтов во время ведения профессиональной деятельности в качестве практиканта. <i>Уметь:</i> выстраивать внутри- и внешнекорпоративные отношения на глобальном, национальном и региональном уровнях с учетом потенциальных эффектов и последствий профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в качестве практиканта в рисковых и конфликтных ситуациях. <i>Владеть:</i> навыками построения внутри- и внешнекорпоративных отношений на глобальном, национальном и региональном уровнях; способностью к построению стратегии производства и продвижения медиапродукта, следуя принципам социальной ответственности при выполнении заданий по данной практике.</p>

1.6. Место практики в структуре образовательной программы

Преддипломная практика относится к блоку Б2 («Практика. Обязательная часть») учебного плана направления образовательной подготовки студентов-бакалавров по рекламе и связям с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в цифровой среде». Являясь составной частью учебного процесса по профессиональной подготовке по специальности, преддипломная практика должна быть органично взаимосвязана с базовыми дисциплинами, в процессе изучения которых формируются необходимые теоретические знания, а также отрабатываются навыки и умения постановки и решения прикладных задач. Для прохождения практики необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Основы теории коммуникации, История цифровой рекламы, Основы профессиональной деятельности, Введение в коммуникационные специальности, Адаптация к профессиональной деятельности, Адаптивные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, Иностранный язык, Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях Теория и практика маркетинга, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Психология в рекламе и связях с общественностью, Социология в рекламе и связях с общественностью, Теория и практика связей с общественностью, Теория и практика рекламы, Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью, Этическое регулирование рекламы и связей с общественностью, Реклама в мировой культуре, Поведение потребителя в цифровой среде, Исследования в связях с общественностью, Визуальные коммуникации, Теория и практика связей с общественностью, Теория и практика рекламы, Цифровые коммуникации, Интегрированные коммуникации, Речевые коммуникации в связях с общественностью и рекламе, Теория и практика медиакоммуникаций, Методы измерений в интернет-коммуникациях, Креатив в современных цифровых мессенджерах, Методы хранения информации в цифровой рекламе и связях с общественностью, Веб-дизайн в рекламе, Наружная и внутренняя реклама, Коммуникации в социальных сетях, Организация и проведение коммуникационных кампаний, Разработка и технология производства рекламного продукта: видеореклама, Интернет-коммуникации в цифровой среде, Цифровой брендинг, Программное медиапланирование, Цифровые технологии внутренних коммуникаций, Аналитика в современных медиа, Веб-аналитика в рекламе и связях с общественностью, Менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Профессионально-ознакомительная практика, Научно-исследовательская работа, Преддипломная практика.

Эффективность работы в период практики в немалой степени определяется предварительным ознакомлением студентов с нормативно-правовой базой, определяющей своеобразие деятельности организаций и учреждений, в которых проводится практика, и организационно-правовыми основаниями непосредственной производственной деятельности.

Практическая работа в период практики выстраивается как совокупность прикладных задач (производственных заданий), решая которые студенты не только овладевают различными видами профессиональной деятельности, но и учатся согласовывать собственные действия с общими направлениями работы коллектива, анализировать итоги и эффективность принимаемых решений, выявлять и устранять типичные ошибки и недостатки.

Особенностью данного вида (преддипломной) практики является то, что она направлена на сбор и аналитическую обработку необходимых в качестве эмпирического материала исследовательских (в т.ч. аналитических) результатов для написания ВКР. Итоговый отчет по данному виду (преддипломной) практики представляется в ходе предзащиты ВКР.

1.7. Объем практики.

Преддипломная практика проводится на четвертом курсе в восьмом семестре. Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетных единиц – 114 часов на протяжении семи недель в апреле-мае в рамках календарного учебного графика.

2. Содержание практики

№	Наименование раздела	Содержание и виды работ ¹
1.	Инструктаж по технике безопасности	Собеседование по итогам проведенного инструктажа с выявлением понимания у студента-практиканта особенностей его профессиональной деятельности в учреждении, где он проходит практику.
2.	Ознакомительная лекция для практиканта в учреждении, где он проходит практику	В лекции раскрываются особенности профессиональной деятельности учреждения, в котором студент проходит практику. Место и роль этого учреждения на современном рынке PR-услуг в России, с какими заказчиками взаимодействует учреждение, какие текущие PR-проекты осуществляет, какие перспективные планы своего развития на данном рынке имеет. Также в ходе лекции в форме презентации иллюстрируются законченные и текущие осуществляемые коммуникативные проекты, показывается реакция заказчика на уже выполненные учреждением, где студент проходит практику, коммуникативные проекты.
3.	Инструктивное занятие по учебным заданиям по практике	Показывается как необходимо составить план будущей ВКР. Иллюстрируется в презентации как нужно составлять библиографический список по теме исследования ВКР. В ходе занятия представляется обзор основных направлений научной деятельности по теме исследования ВКР. Представляется в презентации какие методы исследования наиболее актуальны для различных тем исследования ВКР (методы и инструменты научного исследования, технологии их применения, способы обработки). Также на занятии показываются информационно-коммуникационные технологии сбора, обработки и систематизации статистических данных, социологических исследований, данных информационных баз медийных сообщений в СМИ и в интернете, необходимые в качестве эмпирического материала для написания ВКР. Раскрывается алгоритм подготовки ВКР и формулируются учебные задачи производственной (преддипломной) практики для отчета по данному виду производственных практик.
4.	Изучение организационных документов учреждения (предприятия)	На данном этапе прохождения студентом практики осуществляется предварительное ознакомление студентов-практикантов с нормативно-правовой базой, определяющей своеобразие деятельности организаций и учреждений, в которых проводится практика, и организационно-правовыми основаниями непосредственной производственной деятельности в

¹ Конкретизируются и содержательно описываются виды работ, связанные с решением профессиональных задач, определенных ФГОС ВО, выполняемые обучающимися в ходе практики.

		<p>сфере предоставления PR-услуг, на которых специализируется на рынке данное коммуникативное учреждение. Также студентом-практикантом изучаются конкретные правовые документы, которые регулируют эту профессиональную деятельность, предполагающую вовлеченность студента в качестве практиканта. Студент также на данном этапе прохождения производственной (преддипломной) практики вырабатывает понимание значения информационного послания в развитии современного информационного общества, осознание опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, получает представление о необходимости соблюдения основных требований информационной безопасности, в том числе защиты государственной (коммерческой) тайны при проведении текущих коммуникационных кампаний и мероприятий, вырабатывая тем самым профессиональную ответственность за поручаемые в ходе прохождения практики задания по содержанию, времени исполнения и форм их публичного предоставления общественности. Также идет знакомство со спецификой в учреждении, где студент проходит практику создания коммуникационных текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, а также в этом учреждении его знакомят с основными правилами литературного редактирования и копирайтинга при создании организационных и иных документов учреждения. Идет знакомство студента-практиканта с основными организационными документами учреждения, в котором он проходит практику, в рамках медиапланирования организуемых этим учреждением коммуникационных кампаний и мероприятий, а также он знакомится с их проектной документацией (технико-экономического обоснования коммуникационных кампаний и мероприятий, технического задания, бизнес-плана, креативного брифа, соглашения, договора, контракта).</p>
5.	<p>Знакомство студента со спецификой профессиональной деятельности организации, в которой он проходит практику</p>	<p>В ходе ознакомления студента со спецификой профессиональной деятельности организации, в которой он проходит практику изучается и анализируется представительская документация, имеющаяся в данном учреждении (логотипы, визитки, бланки, рекламные проспекты и т.д.). Также практикант изучает разнообразные виды рекламной и PR-продукции, которую готовят специалисты данного учреждения. Идет знакомство со структурой и основными направлениями профессиональной деятельности коммуникационных агентств и департаментов по связям с общественностью организаций, в которых студент проходит практику. Вырабатывает представление об основных этапах подготовки и проведения PR-кампаний в условиях современного информационного общества и как они осуществляются учреждением, в котором студент</p>

		<p>проходит практику. Знакомится с актуальными PR-технологиями, которыми применяются данным учреждением в ходе подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий. Показывается специфика профессиональной деятельности PR-специалиста в его работе в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах маркетинга и рекламы, в коммуникационных агентствах на примере учреждения, в котором студент проходит практику. Практикантом изучается специфика коммуникативного сопровождения текущей деятельности организации в практиках интегрированных массовых коммуникаций, в т.ч. при подготовке и проведении учреждением, в котором студент проходит практику, коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>
6.	Инструктивное занятие с практикантами руководителя практики от организации	<p>Здесь дается подробное разъяснение профессиональных заданий, которые предлагается выполнить студенту в ходе его практики в учреждении, которое обговаривается руководителем практики от организации. Также происходит согласование данных заданий с учебными заданиями на практику, которые студент-практикант получает от руководителя практики из РГГУ. Также со студентами отдельно обговариваются контрольные сроки выполнения текущих профессиональных заданий по практике, форму и содержание предоставляемой отчетной документации.</p>
7.	Занятия руководителя практики от организации по специфике обработки и систематизации информации студентами, полученной ими в ходе прохождения ими практики	<p>Под руководством руководителя практики от организации студент знакомится с процедурой систематизации и обработки текущих документов учреждения, в котором он проходит практику, на основе этого студент готовит собственные предложения по оптимизации текущего документооборота учреждения в привязке к актуальным на момент прохождения им практики в учреждении, осуществляемым в этот период им коммуникационных кампаний и мероприятий (пресс-релизы, факт-листы, бэкграундеры, логотипы, визитки, бланки, рекламные буклеты и проспекты и т.д.).</p>
8.	Занятия руководителя практики по подготовке студентами собственного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>На занятии студент получает инструктаж по специфике подготовки и осуществления собственного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью, с учетом текущей профессиональной деятельности учреждения, в котором студент проходит практику. В ходе этого занятия студент-практикант участвует в обсуждении с руководителем практики от организации собственного PR-проекта, исходя из полученных ранее им профессиональных заданий, от учреждения, в котором он проходит практику и учебных заданий на практику, которые студент-практикант также ранее получил от руководителя практики из РГГУ.</p>
9.	Практический этап	<p>Данный этап производственной (преддипломной)</p>

	<p>текущей деятельности практиканта в учреждении, в котором он проходит практику</p>	<p>практики подразумевает выполнение определенного учреждением, в котором студент проходит практику профессионального функционала, который формулируется в зависимости от целей и задач предложенного, а затем и реализуемого при кураторстве руководителя практики от организации собственного PR-проекта или включением студента-практиканта в один из PR-проектов по одному из направлений текущей деятельности коммуникационного агентства/компании и департаментов по связям с общественностью организаций, в которых студент проходит практику. На данном этапе производственной (преддипломной) практики приоритет отдается учебным заданиям, связанным с процессом подготовки ВКР к защите на заседании ГАК. Поэтому по договоренности с организациями, в которых студенты проходят производственную (преддипломную) практику все профессиональные задания от учреждения, в котором студент проходит данный вид практики, также заточены на процесс подготовки ВКР к защите.</p>
10.	<p>Итоговое занятие по подведению итогов практики в организации, в которой студент проходил практику, защита студентами собственного проекта</p>	<p>На итоговом занятии по пройденной производственной (преддипломной) практике в организации, в которой студент осуществлял свою профессиональную деятельность, проводится процедура защиты подготовленного студентом собственного PR-проекта или же презентация достигнутых студентом-практикантом результатов по реализации одного из PR-проектов из актуального направления текущей деятельности коммуникационного агентства/компании и департаментов по связям с общественностью организаций, в которых студент проходит практику. Также студент отчитывается о собранном в ходе данного вида производственной практики эмпирическом материале для собственной ВКР.</p>
11.	<p>Подготовка и защита отчёта по практике</p>	<p>На заключительном этапе прохождения данного вида производственной практики, студент по итогам прошедшей производственной (преддипломной) практики готовит и сдает руководителю практики из РГГУ отчетную документацию: характеристику с места прохождения практики, дневник прохождения практики, отчет обучающегося о пройденной практике. На собрании по итогам пройденной преддипломной практики происходит представление подготовленной ВКР студентом-практикантом на основе тех эмпирических материалов, которые были собраны в ходе производственной (преддипломной) практики. Главным документом, свидетельствующем об успешном прохождении преддипломной практики студентом, является отзыв его научного руководителя о допуске подготовленной ВКР к защите на заседании ГАК.</p>

3. Оценка результатов практики

3.1. Формы отчётности

№	Наименование раздела	Формы текущего и промежуточного контроля
1.	Инструктаж по технике безопасности	Собеседование
2.	Ознакомительная лекция для практиканта в учреждении, где он проходит практику	Собеседование
3.	Инструктивное занятие по учебным заданиям по практике	Соответствующий раздел дневника практики
4.	Изучение организационных документов учреждения (предприятия)	Соответствующий раздел дневника практики
5.	Знакомство студента со спецификой профессиональной деятельности организации, в которой он проходит практику	Собеседование
6.	Инструктивное занятие с практикантами руководителя практики от организации	Соответствующий раздел дневника практики
7.	Занятия руководителя практики от организации по специфике обработки и систематизации информации студентами, полученной ими в ходе прохождения ими практики	Отчет по практике
8.	Занятия руководителя практики по подготовке студентами собственного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Отчет по практике
9.	Практический этап текущей деятельности практиканта в учреждении, в котором он проходит практику	Характеристика с места прохождения практики, дневник практики, отчет по практике
10.	Итоговое занятие по подведению итогов практики в организации, в которой студент проходил практику, защита студентами собственного проекта	Защита проекта и отчета по собранному эмпирическим материалам для ВКР
11.	Подготовка и защита отчёта по практике	Текст отзыва научного руководителя с допуском подготовленной ВКР к защите на заседании ГАК РГГУ (приложения: характеристика с места прохождения практики, дневник практики, отчет по практике)
12.	Промежуточный контроль	Зачёт с оценкой

Требования к подготовке и предоставлению отчетной документации по производственной (преддипломной) практике.

Студент по окончании практики представляет руководителю преддипломной практики из РГГУ свою отчетную документацию по итогам пройденной практики: характеристику с места прохождения практики, дневник прохождения практики, отчет обучающегося о ходе и достигнутых им результатов по пройденной преддипломной

практике, **отзыв научного руководителя с допуском подготовленной ВКР к защите на заседании ГАК.**

Отчетную документацию по преддипломной практике в виде характеристики с места прохождения практики, дневника практики и отчета по практике требуется представлять студенту-практиканту, который проходил преддипломную практику в учреждении, являющемся базовой сторонней организацией, в которых проходят текущие учебные и производственные практики студенты. Студенты, которые проходят практику в структурных подразделениях (кафедрах) факультета истории, политологии и права в качестве отчетной документации по данному виду практики представляют только **отзыв научного руководителя с допуском подготовленной ВКР к защите на заседании ГАК.** Такой же отзыв необходимо приложить к пакету отчетных документов по преддипломной практике студенту-практиканту, который данный вид практики проходил в учреждении, являющемся базовой сторонней организацией (местом практики).

Характеристика с места прохождения практики обучающего должна в себя включать указание вида пройденной практики, сроков прохождения, которые должны совпадать со сроками, указанными в приказе о прохождении студентами данного вида практики, также в характеристики указываются обязанности студента-практиканта, исполняемые им в ходе прохождения практики, характеризуется степень успешности и имеющиеся недостатки (замечания) по достигнутым результатам в выполнении учебных и профессиональных заданий, полученных практикантом в данном виде практики (в подготовке и в защите собственного PR-проекта на итоговом занятии по подведению итогов практики в организации). Кроме того, дается краткая общая характеристика личностных и профессиональных качеств, продемонстрированных практикантом в ходе прохождения практики. Характеризуется руководителем преддипломной практики от организации степень готовности студента-практиканта к выполнению поставленных перед ним профессиональных задач и дальнейших перспектив его роста по выбранному профилю профессиональной образовательной подготовки. В заключении руководитель практики от организации выставляет рекомендуемую оценку по итогам прохождения преддипломной практики студенту-практиканту. Данная оценка должна быть подтверждена своевременным предоставлением отчетной документации по итогам пройденной практики студентом-практикантом руководителю преддипломной практики из РГГУ и успешной защитой на собрании студентов-практикантов по итогам пройденной ими преддипломной практики в РГГУ, где практикант характеризует специфику прохождения им практики.

Дневник прохождения практики включает алгоритм прохождения преддипломной практики студентом-практикантом по каждому дню данного вида производственной практики в организации с указанием полного перечня выполняемых задач и содержания разных видов работ, реализованных студентом-практикантом за время прохождения им собственной преддипломной практики.

Содержание и разделы отчёта обучающегося о ходе и достигнутых им результатов по пройденной преддипломной практике должны соответствовать содержанию поставленных задач и определенных на данную практику, учебных и профессиональных заданий на период прохождения данного вида практики. Первый раздел отчета студента-практиканта включает анализ документации в сфере рекламы и PR-деятельности, которой занимается базовое учреждение, в котором обучающийся проходил практику. Второй раздел отражает личный вклад практиканта в решение поставленных перед ним задач и представляется им алгоритмы решения полученных им учебных и профессиональных заданий на данный вид пройденной им практики.

Отзыв научного руководителя на ВКР студента-практиканта должен содержать краткую характеристику особенностей подготовленной к защите ВКР студента, а также общую характеристику личностных и профессиональных качеств, продемонстрированных практикантом в ходе прохождения преддипломной практики. В отзыве должны быть отмечены **достоинства и недостатки** подготовленной к защите ВКР студентом-

практикантом. В заключении отзыва научный руководитель студента-практиканта должен сделать вывод о степени готовности ВКР к защите и предложить рекомендуемую им оценку по итогам прохождения преддипломной практики студенту-практиканту.

3.2. Критерии выставления оценки по практике

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по практике	Критерии оценки результатов практики
100-83/ А,В	«отлично» / «зачтено (отлично)» / «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит высокую положительную оценку, отчет выполнен в полном соответствии с предъявляемыми требованиями, аналитическая часть отчета отличается комплексным подходом, креативностью и нестандартностью мышления студента, выводы обоснованы и подкреплены значительным объемом фактического материала.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Компетенции, закреплённые за практикой, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо» / «зачтено (хорошо)» / «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит положительную оценку, отчет выполнен в целом в соответствии с предъявляемыми требованиями без существенных неточностей, включает фактический материал, собранный во время прохождения практики.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно» / «зачтено (удовлетвори- тельно)» / «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит положительную оценку, отчет по оформлению и содержанию частично соответствует существующим требованиям, но содержит неточности и отдельные фактические ошибки, отсутствует иллюстративный материал.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по практике	Критерии оценки результатов практики
		Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	<i>«неудовлетворительно» / не зачтено</i>	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики не содержит положительной оценки. Отчет представлен не вовремя и не соответствует существующим требованиям. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

3.3. Оценочные средства (материалы) для промежуточной аттестации обучающихся по практике

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

Во время проведения преддипломной практики используются следующие технологии: консультирование (в форме кратких лекций) по основным этапам подготовки ВКР к защите, индивидуальное обучение приемам работы с информационными потоками в организации, правилам организации наблюдения за процессами создания новости и рекламного сообщения, обучение методам создания и оформления информационных материалов рекламного и PR-характера в организации, где студент проходит преддипломную практику. Предусматривается самостоятельная работа студентов по сбору эмпирических материалов для собственной ВКР в структурных подразделениях организации под контролем научного руководителя и руководителя от организации по подготовке эмпирической главы ВКР (в т.ч. при системном научном описании алгоритма осуществления собственного PR-проекта студентом) по выбранному профилю исследуемой профессионально-предметной сферы. Осуществляется обучение правилам сбора эмпирической информации, ее аналитической обработке и написания отчета как части подготавливаемой ВКР студентом-практикантом.

Формы текущего и промежуточного контроля прохождения практики

При проведении преддипломной практики предусматривается: собеседование (по материалам ознакомительной лекции, инструктажа по технике безопасности, знакомства студентов со спецификой профессиональной деятельности организации, в которой они проходят практику), заполнение дневника практики (инструктивное занятие по учебным заданиям по практике, изучение организационных документов предприятия, инструктивное занятие с практикантами руководителя практики от организации), составление и защита отчета по собранным эмпирическим материалам для ВКР (занятия руководителя практики от организации по специфике обработки и систематизации информации студентами, полученной ими в ходе прохождения ими преддипломной практики, занятия руководителя практики по подготовке студентами собственного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью, итоговое занятие по подведению итогов практики в организации, в которой студент проходил практику, защита студентами

собственного проекта, а также отчета по собранным эмпирическим материалам для собственной ВКР), промежуточный контроль (дифференцированный зачет с оценкой).

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов и оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам прохождения практики включают в себя:

Рекомендации по сбору, обработке и анализу материалов, накопленных в ходе практики и включенные в отчетную документацию:

Отчёт о практике является основным документом студента, отражающим выполненную им работу, полученные знания и практические навыки. Материалы, собранные в ходе прохождения практики должны включать: маркетинговые кабинетные и внекабинетные исследования рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации; материалы, собранные в ходе прохождения практики в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах; произведенные самим студентом рекламные и PR-материалы, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы, а также материалы собственного проекта.

Материалы отчёта в дальнейшем студент может использовать в своей научной работе по выполнению выпускной квалификационной работы. Сам отчет должен соответствовать плану написания выбранной студентом-практикантом темы ВКР, которая является индивидуальной для каждого студента-выпускника. Общее учебно-методическое руководство за выполнением плана по написанию ВКР и контроль за сбор материалов по теме исследования ВКР осуществляется выпускающей кафедрой. В целях осуществления руководства кафедра выделяет представителя из числа ее профессорско-преподавательского состава, который является руководителем ВКР студента. Научные руководители студентов обеспечивают каждого студента планом написания ВКР и контролируют работу студентов-практикантов по сбору эмпирических материалов для ВКР. Во время проведения преддипломной практики студенты обязаны полностью выполнять все задания согласно плану ВКР и в соответствии с утвержденным графиком, регулярно проходить собеседования со своим научным руководителем. Индивидуальное (учебное) задание на преддипломную практику должно соответствовать теме выпускной квалификационной работы и должно быть согласовано с научным руководителем студента-практиканта. При проведении научно-исследовательской деятельности в ходе преддипломной практики для каждого обучающегося формулируются конкретные задачи в соответствии со спецификой решаемой проблемы в рамках его ВКР. При проведении научно-исследовательской деятельности студенты-практиканты обязаны:

- полностью выполнять задания научного руководителя, предусмотренные планом ВКР;

- в десятидневный срок после окончания преддипломной практики представить научному руководителю, как и руководителю данного вида практики из РГГУ письменный отчет (в нем должны быть подробно и полно освещены вопросы методики выполнения заданий, проведения встреч, организации мероприятий и представлены источники информации (документы, фото, бланки и т.д.). По каждому заданию должны быть сделаны выводы, предложены рекомендации);

- доработать при необходимости данный отчет в соответствии с требованиями и пожеланиями научного руководителя, как и руководителя этого вида практики из РГГУ;

- на основе письменного отчета по итогам прохождения преддипломной практики студент-практикант должен предоставить первый вариант собственной ВКР научному руководителю в установленные сроки с целью подготовки **отзыва научного**

руководителя с его решением о допуске /не допуске подготовленной ВКР к защите на заседании ГАК РГГУ

Руководитель практики из РГГУ проводит итоговое собрание, оценивает качество и эффективность проделанной работы на основе представленных ему студентами отчетной документации по преддипломной практике (прежде всего, отзыва научного руководителя студента-практиканта) и выставляет оценки по рейтинговой системе (дифференцированный зачет). Студент, не отработавший преддипломную практику без уважительных причин, считается имеющим академическую неуспеваемость и представляется к отчислению.

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

4.1. Список источников и литературы

Основные источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. I, Ч. II, Ч. III, Ч. IV. [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [www.url: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/)
2. Закон РСФСР от 22 марта 1991 г. №948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (в ред. закона РФ от 26 июля 2006 г. №135-ФЗ) [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [www.url: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51/)
4. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (в ред. закона РФ от 30 октября 2018 г. №383-ФЗ) [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [www.url: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)
5. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. №2300-1 «О защите прав потребителей» (в ред. закона РФ от 4 июня 2018 г. №133-ФЗ) [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [www.url: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/)

Дополнительные источники:

6. Федеральный закон от 27 декабря 2002 года N 184-ФЗ «О техническом регулировании» (в ред. закона РФ от 29 июля 2017 г. №216-ФЗ) [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [www.url: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/)

Литература:

Основная литература:

1. Виноградов А. П. Латеральный маркетинг: Технология поиска революционных идей Учебное пособие / Котлер Ф., Бес Ф.Т., Виноградов А.П. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 206 с.: 70x100 1/16 ISBN 978-5-9614-5420-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/739521>
2. Годин А.М. Маркетинг: Учебник / А.М. Годин. - 9-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2012. - 656 с.: 60x84 1/16. (переплет) ISBN 978-5-394-01319-5, 1500 экз. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/334180>
3. Пономарева А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 247 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура) Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/543676>
4. Синяева И.М. Маркетинг PR и рекламы: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг" / Синяева И.М., Маслова В.М.,

Романенкова О.Н.; Под ред. Синяева И.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 495 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-238-02194-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872836>

Дополнительная литература:

5. Виханский О.С. Менеджмент: Учебник / Виханский О.С., Наумов А.И., - 6-е изд., перераб. и доп. - М.:Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 656 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/769974>
6. Евстафьев В.А. История российской рекламы. Современный период: Учебное пособие / Евстафьев В.А., Пасютина Е.Э., - 2-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 872 с. ISBN 978-5-394-02686-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/935847>
7. Киреев М. Маркетинг инноваций: Конспект лекций / Киреев В.С. - М.:КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 115 с.: ISBN 978-5-906818-91-1 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/767187>
8. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов / Котлер Ф., Боуэн Д.Т., Мейкенз Д., - 4-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2018. - 1071 с.(П): 70x100 1/16. - (Зарубежный учебник) ISBN 978-5-238-01263-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872844>
9. Котлер Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы: Справочное пособие / Котлер Ф., Бергер Р., Бикхофф Н., - 3-е изд. - М.:Альпина Паблишер, 2016. - 132 с.: 70x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-9614-5582-3 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1003065>
10. Привлечение инвесторов: Маркетинговый подход к поиску источников финансирования Учебное пособие / Котлер Ф., Картаджайя Х., Янг Д. - М.:Альп. Бизнес Букс, 2016. - 194 с.: 70x100 1/16 ISBN 978-5-9614-0944-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/916214>
11. Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 284 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/910391>
12. Резник С.Д. Менеджмент. В 3-х кн. Кн. 2. Управление высшей школой и научной деятельностью: Избранные статьи / С.Д. Резник. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 359 с.: 60x88 1/16. - (Научная мысль; Менеджмент) Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/368410>
13. Резник С.Д. Менеджмент. Книга шестая. Управление человеческим потенциалом в социально-экономических системах : избр. статьи / С.Д. Резник. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 357 с. — (Научная мысль). — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/944194>
14. Смирнов К.А. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: Монография / К.А. Смирнов, Т.Е. Никитина; Науч. ред. К.А. Смирнов. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 166 с.: 60x88 1/16. - (Научная мысль; Маркетинг). (обложка) ISBN 978-5-16-005497-1. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/306597>

Справочные и информационные издания:

15. Шарков Феликс Изосимович. Коммуникология : энциклопедический словарь-справочник. - Изд. 3-е. - Москва : Дашков, 2013. - 768 с. - ISBN 978-5-394-02169-5. <http://znanium.com/go.php?id=430299>

4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2020 г.)

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

1. Кафедра маркетинга и рекламы, факультета рекламы и связей с общественностью РГГУ.- [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: <http://kafmr.rsuh.ru/>
Сайт создан для информирования студентов и преподавателей, взаимодействия между ними. На сайте публикуются материалы, касающиеся маркетинговой тематики.
2. Interbrand – Best Global Brands. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: www.interbrand.com
3. Powerbranding [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: www.powerbranding.ru
4. Информационно-справочный портал «Индустрия рекламы» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: <http://adindustry.ru>
5. Маркетинг в России и за рубежом (издательство Дело и сервис) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: www.dis.ru. Журнал посвящен теории и методологии маркетинга, маркетингу в различных отраслях и сферах деятельности.
6. Официальный сайт Гильдии Маркетологов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: www.marketologi.ru
7. Портал «Маркетинг журнал 4р» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: www.4p.ru
8. Портал, посвященный наружной рекламе [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: www.outdoor.ru
9. Сайт агентства рыночных исследований и консалтинга «Маркет» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: www.market-agency.ru
10. Сайт, посвященный корпоративному менеджменту [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: www.cfin.ru
11. Сетевое издание AdIndex [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: www.adindex.ru

5. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

1. Места для студентов на базах практик должны быть оборудованы компьютером с наличием в нем необходимого для успешного прохождения преддипломной практики

лицензионного программного обеспечения, в т.ч. необходимых мультимедийных средств, которые бы способствовали успешной подготовке и презентации собственного PR-проекта студента-практиканта или же помогали успешному выполнению полученных им профессиональных заданий, от учреждения, в котором он проходит практику и учебных заданий на практику, выполнение которых задано руководителем практики из РГГУ.

Состав программного обеспечения (ПО) (2020 г.)

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное

2. В организации, в которой студент проходит преддипломную практику, ему должен быть обеспечен доступ к компьютеру с подключением к коммуникационной системе Internet.

№ договора о сотрудничестве	Наименование предприятия, учреждения, организации	Дата заключения и срок действия договора	Адрес предприятия, телефон	Материально-техническое обеспечение рабочего места обучающегося
01-ПР/2014/ФУ	ООО «РОМИР МОНИТОРИНГ СТАНДАРТ»	20.11.2014 на три года с пролонгацией	121087, Москва, ул. Баркляя, д.6, стр.3	Рабочее место, персональный компьютер, материалы для анализа и др.
195-05-117/ФУ	ООО «ТМС»	10.07.2014 на 3 года с пролонгацией	127018, Москва, ул. Суцевский вал, д.16, стр.5	Рабочее место, персональный

				компьютер, материалы для анализа и др.
195-05-127/ФУ	Ассоциация коммуникационных агентств России	04.17.2017 на 5 лет с пролонгацией	127018, Москва, ул. Полковная, д.3, стр.3	Рабочее место, персональный компьютер, материалы для анализа и др.
209/1	ООО Международный институт маркетинговых и социальных исследований «ГФК-РУСЬ»	02.02.2009 на пять лет с пролонгацией	105318, Москва, ул. Ибрагимова, д.5а	Рабочее место, персональный компьютер, материалы для анализа и др.
195-05-42/ФУ	ООО «Ай.Ди.Си, СентралЮропГмбХ»	С 18.12.2008 на 5 лет с пролонгацией	Россия, 127422, г. Москва, ул. Тимирязевская, д. 1 Тел.: +7(495)661-61-66	Рабочее место, персональный компьютер, материалы для анализа и др.
195-05-48/ФУ	ООО «Агентство Джамп Старт Маркетинг»	С 22.01.2009 на 5 лет с пролонгацией	Россия, 115184. г. Москва, ул. Пятницкая, д. 69 Тел.: +7(495) 692-93-81	Рабочее место, персональный компьютер, материалы для анализа и др
195-05-35/ФУ	ООО «ПРЕМО»	С 05.02.2008 на 5 лет с пролонгацией	Россия, 105082, г. Москва, ул. Фридриха Энгельса, д. 75, стр. 11, офис 602 Тел.: +7(495)741-70-24, +7(495)785-84-47	Рабочее место, персональный компьютер, материалы для анализа и др
195-05-38/ФУ	ОАО «НОМОС-БАНК»	С 28.04.2008 на 5 лет с пролонгацией	Россия, 109240, г. Москва, ул. Верхняя Радищевская, д.3, стр. 1 Тел.: +7(495)797-32-51	Рабочее место, персональный компьютер, материалы для анализа и др
	и другие.			

6. Организация практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости программа практики может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого от студента требуется представить заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) и личное заявление (заявление законного представителя).

В заключении ПМПК должно быть прописано:

- рекомендуемая учебная нагрузка на обучающегося (количество дней в неделю, часов в день);
- оборудование технических условий (при необходимости);
- сопровождение и (или) присутствие родителей (законных представителей) во время учебного процесса (при необходимости);
- организация психолого-педагогического сопровождения обучающегося с указанием специалистов и допустимой нагрузки (количества часов в неделю).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при необходимости могут быть созданы фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Форма проведения текущей и итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно (на бумаге, на компьютере), в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Форма проведения практики для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (инвалидностью) устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере и т.п.).

Выбор мест прохождения практик для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) производится с учетом требований их доступности для данных обучающихся и рекомендации медико-социальной экспертизы, а также индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При направлении инвалида и обучающегося с ОВЗ в организацию или предприятие для прохождения предусмотренной учебным планом практики Университет согласовывает с организацией (предприятием) условия и виды труда с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы и индивидуальной программы реабилитации инвалида. При необходимости для прохождения практик могут создаваться специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых обучающимся инвалидом трудовых функций.

Защита отчета по практике для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств общего и специального назначения. Перечень используемого материально-технического обеспечения:

- учебные аудитории, оборудованные компьютерами с выходом в интернет, видеопроjectionным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;

- библиотека, имеющая рабочие места для обучающихся, оборудованные доступом к базам данных и интернетом;
- компьютерные классы;
- аудитория Центра сопровождения обучающихся с инвалидностью с компьютером, оснащенная специализированным программным обеспечением для студентов с нарушениями зрения, устройствами для ввода и вывода голосовой информации.

Для лиц с нарушениями зрения материалы предоставляются:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Защита отчета по практике для лиц с нарушениями зрения проводится в устной форме без предоставления обучающимся презентации. На время защиты в аудитории должна быть обеспечена полная тишина, продолжительность защиты увеличивается до 1 часа (при необходимости). Гарантируется допуск в аудиторию, где проходит защита отчета, собаки-проводника при наличии документа, подтверждающего ее специальное обучение, выданного по форме и в порядке, утвержденных приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации 21 июля 2015 г., регистрационный номер 38115).

Для лиц с нарушениями слуха защита проводится без предоставления устного доклада. Вопросы комиссии и ответы на них представляются в письменной форме. В случае необходимости, вуз обеспечивает предоставление услуг сурдопереводчика.

Для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата защита итогов практики проводится в аудитории, оборудованной в соответствии с требованиями доступности. Помещения, где могут находиться люди на креслах-колясках, должны размещаться на уровне доступного входа или предусматривать пандусы, подъемные платформы для людей с ограниченными возможностями или лифты. В аудитории должно быть предусмотрено место для размещения обучающегося на коляске.

Дополнительные требования к материально-технической базе, необходимой для представления отчета по практике лицом с ограниченными возможностями здоровья, обучающийся должен предоставить на кафедру не позднее, чем за два месяца до проведения процедуры защиты.

АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Преддипломная практика

Практика реализуется кафедрой маркетинга и рекламы факультета рекламы и связей с общественностью на базе структурных подразделений РГГУ, а также в профильных организациях и предприятиях, специализирующихся в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в департаментах по связям с общественностью и в профильных подразделениях учреждений и предприятий различной формы собственности, а также в государственных, политических и иных общественно-политических организаций, ответственных за внешнюю коммуникацию.

Цель практики: систематизация исследовательского инструментария, существующего в рамках аналитической деятельности в профессиональной сфере рекламы и связей с общественностью, полученного в процессе освоения образовательной программы и использование его для сбора и анализа по теме выпускной квалификационной работы, а также овладение студентами основными приемами ведения самостоятельной научно-исследовательской работы по направлению их образовательной подготовки по рекламе и связей с общественностью, формированию у студентов профессионального знаний в области научно-исследовательской деятельности.

Задачи:

- формирование комплексного представления о специфике деятельности выпускника по направлению образовательной подготовки «Реклама и связи с общественностью»;
- овладение методами исследования по выбранной теме выпускной квалификационной работы (далее – ВКР);
- совершенствование умения и навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности;
- развитие компетентности будущего бакалавра, специализирующегося в сфере рекламы и связей с общественностью;
- сбор и систематизация материалов для написания ВКР;
- написание и представление отчёта о прохождении практики руководителю практики от Российского государственного гуманитарного университета.

Преддипломная практика направлена на формирование универсальных, общепрофессиональных компетенций, соответствующих видов профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники по профилю их образовательной подготовки бакалавровского уровня квалификации по направлению – «Реклама и связи с общественностью в цифровой среде»:

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию и редактированию информационных ресурсов;

ПК 2. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта;

ПК-3. Способен организовывать работу по управлению информационными ресурсами

ПК 4. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

ПК 5. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

По практике предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачёта с оценкой*.

Общая трудоёмкость практики составляет 9 зачетных единиц.

ГРАФИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**УТВЕРЖДАЮ**Зав.кафедрой _____
« ____ » _____ 20__ г.

Дата (даты)	Раздел практики	Отметка о выполнении

Индивидуальное задание на практику
(составляется руководителем практики от кафедры)

Руководитель практики
от кафедры

_____/_____
(подпись) (Ф.И.О.)

Руководитель практики
от организации

_____/_____
(подпись) (Ф.И.О.)

ФОРМА ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА ОТЧЁТА**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный гуманитарный университет»

(РГГУ)

*Институт**Факультет**Кафедра*

Отчёт о прохождении практики

*вид (тип) практики**Код и наименование направления подготовки (специальности)**Наименование направленности (профиля, специализации)*Уровень квалификации выпускника (*бакалавр/специалист/магистр*)Форма обучения (*очная, очно-заочная, заочная*)

Студента/ки __ курса

..... формы обучения

_____(ФИО)

Руководитель практики

_____(ФИО)

Москва 20 г.

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ХАРАКТЕРИСТИКИ С МЕСТА ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**Характеристика²**

на студента/тку __ курса _____ факультета
Российского государственного гуманитарного университета
_____ (ФИО)

_____ (ФИО) проходил/а производственную (преддипломную) практику в _____ на должности _____.

За время прохождения практики обучающийся/обучающаяся ознакомился/лась с: _____, выполнял/а _____, участвовал/а в _____.

За время прохождения практики _____ (ФИО) зарекомендовал/а себя как _____.

Оценка за прохождение практики – «_____».

Руководитель практики
от организации

_____ (ФИО)

(дата)

(подпись)

² Оформляется либо на бланке организации, либо заверяется печатью.