

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
Институт общественных наук**

---

**Образовательная автономная некоммерческая организация высшего  
образования «МОСКОВСКАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА СОЦИАЛЬНЫХ И  
ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК»  
Факультет социальных наук**

УТВЕРЖДЕНА

ученым советом

РАНХиГС (в составе ОП)

Протокол от «18» июня 2020 г. № 07  
№61

УТВЕРЖДЕНА

Ученым Советом МВШСЭН

(в составе ОП)

Протокол от «16» июня 2020г.

**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

**Б2.О.03(Пд) Преддипломная практика**

---

41.03.06 – Публичная политика и социальные науки

Программа бакалавриата "Современный медиатекст"

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора - 2021

Москва, 2020 г.

**Автор-составитель:**

К.филол.н. Калашникова М.В.

Декан Факультета к.филол.н. Калашникова М.В.

**СОДЕРЖАНИЕ**

1.	Вид практики, способы и формы ее проведения .....	4
2.	Планируемые результаты практики .....	4
3.	Объем и место практики в структуре ОП ВО .....	11
4.	Содержание практики .....	11
5.	Формы отчетности по практике .....	12
6.	Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по практике .....	14
7.	Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» .....	17
	7.1. Основная литература .....	17
	7.2. Дополнительная литература .....	17
	7.3. Нормативные правовые документы .....	17
	7.4. Интернет-ресурсы .....	18
	7.5. Иные рекомендуемые источники .....	18
8.	Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы .....	18

### 1. Вид практики, способы и формы ее проведения

Б2.О.03(Пд)Преддипломная практика

Вид практики - производственная практика. Тип практики – преддипломная практика. Способ проведения практики – стационарная. Форма проведения практики – дискретная.

### 2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики (научно-исследовательской, исследовательской, аналитической работы)

2.1 Преддипломная практика обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<b>3</b> <b>Код</b> <b>ком</b> <b>пете</b> <b>нци</b> <b>и</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Код этапа освоения компетенции</b>	<b>Наименование этапа освоения компетенции</b>
ПК-1	способность к участию в организации управленческих процессов в органах государственной власти и местного самоуправления, общественных, профессиональных, творческих и религиозных организациях, коммерческих организациях, СМИ	ПК-1.3	Закрепление способностей, полученных при теоретическом обучении, через участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, в мероприятиях по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, приобретение опыта оценивания эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью, также приобретение опыта в исследовании актуальных практических проблем в области управления рекламным и медиабизнесом и сбор необходимых материалов для выпускной квалификационной работы
ПК-2	навыки администрирования управленческих процессов в органах государственной власти и местного самоуправления, общественных, профессиональных, творческих и религиозных организациях, коммерческих организациях,	ПК-2.4	способность к ведению под контролем самостоятельной практической работы в области управления организации коммуникативной деятельности на

	СМИ		отраслевых предприятиях, в том числе закрепление навыков по организации и оперативному планированию деятельности фирмы
ПК-3	способность к целенаправленной реализации программ повышения эффективности управления и развития персонала в соответствии с целями и задачами организаций	ПК-3.5	способность к ведению под контролем самостоятельной практической работы в области управления организацией коммуникативной деятельности на отраслевых предприятиях, в том числе закрепление навыков организационно-управленческой работы с малыми коллективами
ПК-4	умение управлять потоками информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением	ПК-4.2	способность к использованию навыков работы с проектной документацией в профессиональной и научной деятельности
ПК-5	способность к отбору и анализу источников для подготовки документации для разработки научно-исследовательских и управленческих программ и проектов	ПК-5.3	готовность к реализации и управлению проектами в сфере профессиональной деятельности с учетом системы информационной, компьютерной поддержки деятельности на предприятии (организации, фирмы и др.)
ПК-6	умение проводить экспертизу эффективности информационных и маркетинговых кампаний для проектирования научно-теоретических разработок в целях повышения их эффективности	ПК-6.2	готовность к приобретению практических навыков самостоятельной работы по исследованию, осмыслению и разработке коммуникационной инфраструктуры, обеспечения внутренней и внешней коммуникаций в профессиональной и научной деятельности
ПК-7	обладание навыками стратегического анализа в проектировании социальных и	ПК-7.3	навыки организации и проведения экономического и

	организационных изменений		стратегического анализа предприятия и рынка коммуникационных кампаний и мероприятий в процессе прохождения практики
ПК-8	способность к оценке эффективности организационных структур и проектированию их изменений	ПК-8.4	готовность к приобретению навыков управления изменениями
ПК-9	обладание навыками подготовки документации для реализации организационных и социальных проектов государственных, общественных и творческих организаций	ПК-9.4	Способность демонстрировать, резюмировать, выделять, сортировать, делать заключения по документам и рекомендовать мероприятия и выводы, сформулированные на основе анализа информации
ПК-15	способность к участию в интерактивных и публичных мероприятиях	ПК-15.5	способностью к организации и расширению социальных баз целевых аудиторий для реализации интересов органов государственной власти и местного самоуправления, общественных, профессиональных, творческих и коммерческих организаций
ПК-16	способностью к проведению мониторинга и анализа средств массовой информации	16.3	способность к проведению анализа и оценки конкурентной среды для повышения эффективности маркетинговой стратегии организации
ПК-17	способностью к подготовке текстовых и аудиовизуальных информационных материалов	17.3	Апробация приобретенных практических навыков составления медиаматериалов во время прохождения преддипломной практики в организациях рекламного и медиабизнеса

**2.2. В результате прохождения практики у студентов должны быть сформированы:**

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Индикаторы обучения при прохождении практик
<p>А Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ; А Создание художественного и визуального формата проекта СМИ в процессе монтажа; В Организационная деятельность по созданию и выпуску визуальных медиапродуктов СМИ; Определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ А/01.6; Подготовка создания сценарного материала нового продукта А/02.6; Планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ А/03.6; Организация обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами А/05.6; Организация деятельности рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ А/06.6; Организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания А/07.6; Обработка материала для получения готового медиапродукта А/01.6; Обеспечение оперативного создания художественного и визуального формата проекта А/02.6; Обеспечение высокого художественного уровня медиапродукта В/03.6</p>	ПК-1.3	<p><b>на уровне умений:</b> работы рекламных служб и служб по связям с общественностью</p> <p><b>на уровне навыков:</b> продвижения товаров и услуг на рынок</p> <p><b>на уровне опыта практической деятельности:</b> участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, участие в оперативном планировании, в мероприятиях по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, приобретение опыта оценивания эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью, свободно сочетает выполнение ряда освоенных профессиональных действий</p>
<p>А/03.6; Организация обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами</p>	ПК-2.4	<p><b>на уровне умений:</b> оперативного планирования деятельности фирмы</p> <p><b>на уровне навыков:</b> организации планирования деятельности фирмы</p> <p><b>на уровне опыта практической деятельности:</b> участие в организации и</p>

		управлении PR-подразделениями
Обеспечение высокого художественного уровня медиапродукта В/03.6	ПК-3.5	<b>на уровне умений:</b> работы с малыми коллективами
		<b>на уровне навыков:</b> владения организационно-управленческой работы
		<b>на уровне опыта практической деятельности:</b> участие в разработке регламента работы коллектива над поставленными задачами
Обеспечение высокого художественного уровня медиапродукта В/03.6	ПК-4.2	<b>на уровне умений:</b> подготовки проектной документации
		<b>на уровне навыков:</b> подготовки технико-экономического обоснования, технического задания, бизнес-плана, креативного брифа, соглашения, договора, контракта
		<b>на уровне опыта практической деятельности:</b> согласование проектной документации с заказчиком и внутренними службами
А/03.6; Организация обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами	ПК-5.3	<b>на уровне умений:</b> реализовывать проекты
		<b>на уровне навыков:</b> владения методами реализации проектов
		<b>на уровне опыта практической деятельности:</b> владение навыками подбора соответствующих инструментов информационных технологий для разработки проектов профессиональной деятельности конкретного предприятия (организации, фирмы и др.)
Обеспечение высокого художественного уровня медиапродукта В/03.6	ПК-6.2	<b>на уровне умений:</b> обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникацию

		<p><b>на уровне навыков:</b> создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации</p> <p><b>на уровне опыта практической деятельности:</b> исследовать участников коммуникации, выявлять их предпочтения и потребности; проводить аудит коммуникационных каналов и сообщений; выявлять соответствие коммуникационных каналов и сообщений ожиданиям и потребностям аудиторий; вносить при необходимости корректировки в коммуникационную инфраструктуру</p>
Обеспечение высокого художественного уровня медиапродукта В/03.6	ПК-7.3	<p><b>на уровне умений:</b> планирования компания</p> <p><b>на уровне навыков:</b> участие в технологической цепочке (или технологическом ряде) PR-кампании</p> <p><b>на уровне опыта практической деятельности:</b> владеет навыками оперативного планирования и качественного проведения коммуникационных кампаний</p>
А/05.6; Организация деятельности рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ А/06.6; Организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания А/07.6; Обработка материала для получения готового медиапродукта А/01.6; Обеспечение оперативного создания художественного и визуального формата проекта А/02.6; Обеспечение высокого художественного уровня	ПК-8.4	<p><b>на уровне знаний:</b> современных методов управления</p> <p><b>на уровне умений:</b> способностью использовать методы</p> <p><b>на уровне навыков:</b> управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p> <p><b>на уровне опыта практической деятельности:</b> свободно сочетает</p>

медиапродукта В/03.6		выполнение ряда освоенных профессиональных действий
А/05.6; Организация деятельности рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ А/06.6; Организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания А/07.6; Обработка материала для получения готового медиапродукта А/01.6; Обеспечение оперативного создания художественного и визуального формата проекта А/02.6; Обеспечение высокого художественного уровня медиапродукта В/03.6	ПК-9.4	<b>на уровне знаний:</b> результаты отечественных и зарубежных исследователей <b>на уровне умений:</b> критически оценивать результаты исследований на уровне навыков: владеть результатами исследований актуальных проблем управления <b>на уровне опыта практической деятельности:</b> свободно сочетает выполнение ряда освоенных профессиональных действий
А/05.6; Организация деятельности рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ А/06.6; Организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания А/07.6; Обработка материала для получения готового медиапродукта А/01.6; Обеспечение оперативного создания художественного и визуального формата проекта А/02.6; Обеспечение высокого художественного уровня медиапродукта В/03.6	ПК-15.5	<b>на уровне знаний:</b> основные теоретические и методологические положения маркетинга <b>на уровне умений:</b> использовать новые методы исследований <b>на уровне навыков:</b> владеть системой научных исследований <b>на уровне опыта практической деятельности:</b> свободно сочетает выполнение ряда освоенных профессиональных действий
А/05.6; Организация деятельности рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ А/06.6; Организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания А/07.6; Обработка материала для получения готового медиапродукта А/01.6; Обеспечение оперативного создания художественного и визуального формата проекта А/02.6; Обеспечение высокого художественного уровня медиапродукта В/03.6	16.3	<b>на уровне знаний:</b> основные этапы развития маркетинга как науки <b>на уровне умений:</b> использовать положительный опыт развития науки в своей деятельности <b>на уровне навыков:</b> владеть правильным выбором методов и направлений научного исследования на уровне опыта практической деятельности: свободно сочетает выполнение ряда освоенных профессиональных действий
А/05.6; Организация деятельности	17.3	<b>на уровне знаний:</b> основные

<p>рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ А/06.6; Организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания А/07.6; Обработка материала для получения готового медиапродукта А/01.6; Обеспечение оперативного создания художественного и визуального формата проекта А/02.6; Обеспечение высокого художественного уровня медиапродукта В/03.6</p>		<p>исследовательские приоритеты в маркетинге  <b>на уровне умений:</b> использовать современные технологии, методические приемы и процедуры разработки и проведения научных исследований в маркетинге  <b>на уровне навыков:</b> владеть методами научных исследований на уровне опыта практической деятельности: свободно сочетает выполнение ряда освоенных профессиональных действий</p>
--	--	---

### 3. Объем и место практики в структуре образовательной программы

#### Объем практики

9 зачетных единиц (324/250 академических/астрономических часов), продолжительность практики - 8 недель в 8 семестре.

#### Место практики в структуре ОП ВО

Практика реализуется после изучения всех дисциплин и практик.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

### 4. Содержание практики

Таблица 1.

№ п/п	Этапы практики	Виды работ
1	Подготовительный этап	Организационное собрание обучающихся с руководителем практики. Ознакомление с порядком проведения практики, мерами безопасности, с документами отчетности. Составление план-графика проведения практики. Выдача индивидуальных заданий для студентов, выполняемых в период практики.

№ п/п	Этапы практики	Виды работ
2	Основной этап	<p>Своевременное прибытие к месту прохождения практики.</p> <p>Изучение целей, задач, видов деятельности и организационной структуры организации.</p> <p>Изучение нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность организации</p> <p>Сбор материалов в соответствии с индивидуальным заданием на практику.</p> <p>В этот же период практиканты собирают и обрабатывают материал к отчету, пишут разделы отчета, а также выполняют указания, относящиеся к практике, руководителя практики как от учебной организации, так и от профильной организации.</p> <p>Соблюдение правил внутреннего трудового распорядка ведомства (организации) и правил пожарной</p>
3	Заключительный этап	<p>Обработка и анализ полученной информации.</p> <p>Оформление отзыва о работе студента в ведомстве (организации), в котором практика была успешно пройдена.</p> <p>Формирование отчета по результатам прохождения практики.</p> <p>Защита отчета о прохождении практики.</p>

### **5. Формы отчетности по практике**

По окончании практики студент предоставляет на кафедру следующие документы:

1. Индивидуальное задание руководителя практики от Академии;
2. Дневник практики;
3. Отчет по практике, оформленный в установленном порядке;
4. Отзыв-характеристику руководителя практики от Академии;
5. Отзыв руководителя практики от профильной организации, заверенный печатью организации

#### **Дневник прохождения практики**

Выполненную за каждый день работу с указанием сведений, материалов, полученных при прохождении практики, студент должен заносить в дневник.

Дневник содержит:

- информацию о месте и сроках прохождения практики;
- календарный график прохождения практики;
- наименование подразделения, где проходила практика;
- содержание разрабатываемых и изучаемых вопросов практики, выполненная по ним работа;
- дополнительная работа, выполненная студентом;
- календарные сроки изучения вопросов практики и выполненных работ;
- список материалов, собранных студентом в период прохождения практики (для курсовых, научных и дипломной работ);

- замечания и рекомендации руководителя практики от кафедры, сделанные в период прохождения студентом практики.

По окончании практики дневник подписывается руководителем практики от организации.

Дневник сдается вместе с отчетом о практике, после его регистрации на кафедре, руководителю практики от кафедры.

### **Отчет по практике**

В отчете по практике отражается проделанная студентом работа по всестороннему изучению деятельности организации, работающего в сфере искусства и гуманитарных наук, на котором он проходил практику. К отчету прилагаются копии документов, раскрывающих содержание и форму всех технологических операций, выполняемых на данном предприятии сферы сервиса, таблицы и другой иллюстративный материал. Отчет должен носить аналитический характер, то есть содержать обобщенные выводы об основных видах деятельности организации и направлению деятельности, по которому студент пишет выпускную квалификационную работу.

В отчете необходимо отразить следующие позиции (примерный перечень показателей для анализа):

1. Общие сведения об организации:

- Полное наименование организации, логотип, торговая марка, юридический адрес, сайт и местоположение;
- Сфера и основные направления деятельности организации;
- Организационно-правовая форма организации;
- Перечень внутренних нормативных документов, регулирующих деятельность организации,
- Основные услуги, предоставляемые данной организацией, их краткая характеристика.

2. Анализ основных показателей деятельности организации:

- Ознакомиться с формами и порядком работы с клиентами;
- Изучить договорные взаимоотношения организации;
- Ознакомиться с наличием современных телекоммуникационных средств связи и специализированного оборудования;
- Дать оценку деятельности служб организации клиентской сферы.

Менеджмент и кадровая политика:

- Охарактеризовать стили руководства организации, формы и методы руководства персоналом. Обратит внимание на организацию проведения деловых совещаний, умение руководства улаживать конфликтные и стрессовые ситуации в коллективе и в работе с клиентами. Охарактеризовать личность и авторитет менеджера на предприятии;
- Изучить планирование потребности в персонале, штатное расписание организации;
- Ознакомиться с методами подбора персонала на предприятии; инструктажа по технике безопасности и формами проведения инструктажа;
- Проанализировать деятельность организации на соответствие требованиям безопасности.

3. Выводы по анализу деятельности организации, явившегося местом прохождения практики.

Рефлексия и самоанализ студента-практиканта

- Направления деятельности организации, в которых студент-практикант принял участие;
- Степень эффективности данного участия.

#### Общие выводы о деятельности организации (организации)

- Сегмент рынка, занимаемый организацией;
- Новые информационные и маркетинговые технологии, применяемые организацией;
- Стилизовое своеобразие организации;
- Перспективы развития организации;
- Пожелания и предложения по совершенствованию деятельности организации.

#### **Требования к оформлению отчета**

Отчет по практике должен включать следующие разделы:

- титульный лист;
- индивидуальное задание руководителя практики;
- введение;
- основная часть (содержание работы с указанием страниц начала разделов и подразделов);
- заключение по результатам собранного практического материала;
- список использованной литературы;
- приложения.

Отчет по практике предоставляется в печатном виде на листах формата А4, для приложений допускается использование формата А3, верхнее и нижнее поля – 20 мм, правое 15 мм, левое – 30 мм, выравнивание текста – по ширине, абзацный отступ – 1,25 см. Объем отчета (без учета: отзыва руководителя практики от организации, индивидуального задания руководителя практики, отзыва руководителя практики от Академии) должен составлять 15-25 страниц печатного текста. Текст готовится с использованием текстового редактора Microsoft Word (или аналога) через 1,5 интервала с применением 14 размера шрифта Times New Roman.

### **6. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по практике**

#### **6.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.**

##### **6.1.1. В ходе реализации преддипломной практики используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

руководитель практики регулярно через Интернет получает объективную информацию от студентов о ходе выполнения задания на практику и подготовке отчета.

##### **6.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме доклада с применением следующих методов (средств):**

презентация результатов практики в электронном виде в форме PowerPoint.

#### **6.2. Материалы текущего контроля успеваемости**

Работа под руководством руководителя практики от организации, консультации с научным руководителем, соблюдение правил внутреннего распорядка организации, выполнение текущих заданий руководителя практики, записи в дневники, «наброски к отчету», систематическое информирование научного руководителя о ходе подготовки к защите отчета по практике, самостоятельная работа.

#### **6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.**

Соответствие продемонстрированных при ответах знаний при защите отчета материалам отчета. Отчет должен содержать: титульный лист, задание, лист «содержание», разделы и т.д. (подробно в п.5.)

Содержательная часть отчета выполнена печатным способом с использованием компьютера и принтера. Изложение текста выполнено грамотным экономическим языком с применением рекомендованных терминов и аббревиатур без орфографических и грамматических ошибок.

При защите отчета по практике оценивается соответствие информации, представленной в отчете, данным из информационных ресурсов общего доступа сети Интернет, материалов лекций, учебной и экономической литературы. При защите ответы на вопросы должны быть логически последовательными, содержательными, полными, правильными и конкретными.

Примерные вопросы при защите отчета по практике (преддипломной)

1. Показатели выполнения мероприятий по подготовке выпускной квалификационной работы
2. Результативность мероприятий по подготовке выпускной квалификационной работы
3. Подтверждение возможности применения ранее выбранных методов исследования.
4. Обоснование отказа от каких-либо методов исследования, выбранных ранее.
5. Предполагаемые результаты применения методов, выбранных ранее.
6. Основные направления совершенствования, используемые в выбранной для исследования области.
7. Результативности применения основных методов совершенствования, применяемых в выбранной области исследования.
8. Предполагаемые актуальность основных направлений совершенствования с учетом выбранных объектов исследования и изменений экономической ситуации.
9. Основные тезисы публикаций по теме исследования.
10. План выпускной квалификационной работы и основные характеристики ее разделов.

### **Вопросы к зачету**

В период практики студенты самостоятельно выполняют следующие виды работ и по данным работам опрос на зачете в виде защиты отчета.

1. Знакомятся с организационной системой учреждения или организации, занимающиеся рекламой и медиа. Составляют схемы структурных подразделений организации, изучают расписания графики работы сотрудников, штатное расписание.
2. Изучают организационную среду учреждения или организации: медиапрограммы, документацию руководителя коллектива и т. п. Информацию о результатах наблюдения записывают в таблицу с указанием названия коллектива, темы занятия, материала к занятию, ФИО руководителя, что делают участники.
3. Собирают сведения по организации медиамероприятий, тематике выступлений. Результаты представляют в таблице: Наименование организации, мероприятие, ФИО ребенка (взрослого), тема проекта, руководитель проекта, виды поощрения участника.

4. Проводят наблюдение за организацией и поведением медийной работы с участниками, работой коллективов, присутствуют на проводимых мероприятиях, затем анализируют полученную информацию.
5. Осуществляют работу над собственным творческим проектом: составляют (по выбору) медийное мероприятия, развернутый план проведения, готовят и проводят мероприятие.
6. Осуществляют взаимопосещение мероприятий и самоанализ.
7. Сценарий проведенного мероприятия записывают.
8. Составляют план. Проводят занятие по разработанному плану.
9. Подготавливают отчет по практике.

#### **Шкала оценивания**

Оценка «Зачтено» выставляется: план-график проведения практики выполнен полностью, поставленная цель достигнута и конкретные задачи решены. Задания и указания руководителя практики выполнены в установленные сроки. Все необходимые документы представлены в срок и оформлены в соответствии с требованиями. Отсутствуют нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики. Обучающийся показывает глубокие знания источников данных, используемых в отчёте. Обучающийся уверенно отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета. Проявляет самостоятельность мышления, показывает овладение практическими навыками.

Оценка «Незачтено» выставляется, когда обучающийся не может защитить свой отчёт по практике, допускает грубые ошибки при ответах на поставленные вопросы или вовсе на них не отвечает.

### **6.4. Методические материалы**

#### **Условия допуска студентов к зачету**

Преддипломная практика проводится с отрывом от учебы. Практика, организованная в условиях рекламного, медийного учреждения предоставляет студентам возможность овладения методикой распределения теоретических знаний в профессиональной деятельности, их корректировки и обогащения.

Формы и методы осуществления практики предполагают активное участие студентов во всей рекламной и медиа деятельности базового учреждения и включают:

- наблюдение и другие методы социологического исследования;
- анализ особенностей деятельности руководителя коллектива;
- применение эмпирических методов научно-исследовательской работы: наблюдения, беседы, интервью и других методов опроса;
- проведение занятия с развернутым конспектом занятия и его анализом/ проведение мероприятия и его последующий анализ.
- проведение самоанализа собственной профессиональной деятельности.

Студенты допускаются к защите отчетов по практике при условии выполнения следующих требований:

- выполнение программы практики в полном объеме;
- наличие отзыва руководителя практики от организации (организации);
- наличие заключения руководителя практики от кафедры об успешном прохождении собеседования по основному набору отчетных документов.

Защита отчета о прохождении практики осуществляется студентом в установленные деканатом сроки. Формируется комиссия из числа ведущих преподавателей. В качестве приглашенных членов комиссии могут присутствовать представители от предприятий.

Процедура защиты отчета о прохождении практики.

В выступлении (не более 10 минут) студент:

- излагает содержание проведенной работы в организации, являющейся местом прохождения практики;
- излагает основные результаты знакомства с деятельностью конкретного подразделения организации и его сотрудников;
- освещает ход выполнения индивидуального задания;
- предоставляет результаты собственного исследования работы организации;
- формулирует основные выводы.

В ходе выступления студента руководитель и/или члены комиссии задают вопросы, на которые должны быть даны полные ответы.

При подведении итогов практики учитывается уровень проведенной студентом работы в соответствии с индивидуальным заданием, качество представленных материалов (соответствие выполненной студентом работы цели и задачам практики, индивидуальному заданию); отзыв руководителя практики от организации (учреждения или организации); заключение руководителя от кафедры об итогах практики; ответы студента на вопросы комиссии.

По результатам защиты выставляются оценки: «зачтено», «незачтено»,

Сведения по итогам защиты отчета о практике заносятся в ведомость и зачетную книжку студента.

Неудовлетворительная оценка, полученная по результатам защиты отчета о прохождении практики, расценивается как академическая задолженность; студенту назначается повторная защита.

## **7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"**

### **7.1 Основная литература**

1. Антипов К.В. Основы рекламы. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/14075>
2. Василенко С.А. Эффективная коммуникация. Московский городской педагогический университет. 2013. <http://www.iprbookshop.ru/26671>
3. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/10958>
4. Исаенко Е.В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности. ЮНИТИ-ДАНА, 2012. <http://www.iprbookshop.ru/34533>
5. Чумиков А.Н. Медиарилейшнз. Аспект Пресс, 2014. <http://www.iprbookshop.ru/21062>
6. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд. Аспект Пресс, 2012. <http://www.iprbookshop.ru/8976>
7. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/14342>
8. Шарков Ф.И. Коммуникология. Основы теории коммуникации. Дашков и К, 2014. <http://www.iprbookshop.ru/4438>

### **7.2. Дополнительная литература**

1. Бердников И.П. PR-Коммуникации. Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа. 2012. <http://www.iprbookshop.ru/5959>
2. Шарков Ф.И. Константы гудвилла. Стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/14051>

### 1.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Элиаде М. Миф о вечном возвращении. – СПб, 1998.
2. Москвин В.П. Риторика и теория коммуникации: Виды, стили и тактики речевого общения / В.П. Москвин. - М, 2012.
3. Акофф Р.Л. Акофф о менеджменте. – СПб: Питер, 2002.
4. Бакулев Г.П. Новые медиа: теория и практика. – М., 2008.
5. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М., 2004.
6. Барт Р. Миф сегодня // Барт Р. Мифологии. –М., 2003.
7. Бодрунова С.С. Концепция публичной сферы и медиакратическая теория// Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14. № 1. С. 110 -132.
8. Буман Э. Текущая современность. –СПб.: Питер, 2008.
9. Вацлавик П., Бивиндж., Джексон Д. Психология межличностных коммуникаций. – СПб., 2000.
10. Гавра. Д. Основы теории коммуникации. – СПб.: Питер, 2011.
11. Гидденс Э. Ускользящий мир. Как глобализация меняет нашу жизнь. – М.:2004.
12. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникаций. – М.: Кнорус, 2012.
13. Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики. – Харьков: 2015.
14. Как новые медиа изменили журналистику/ Под. Ред. С. Балмаевой. – М., 2016.
15. Кастельс М. Информационная эпоха. – М., 2002.
16. Кастельс М. Власть коммуникации. – М., 2015.
17. Кин Дж. Демократия и декаданс медиа. – М., 2014.
18. Современные коммуникативные науки. Социальные практики как совместность слова/ Под ред. А. П. Логунова. – М: ЛЕНАНД, 2014.
19. Левин Д.Г. Диалог как форма коммуникации//Философия науки. –Вып. 17.- 2012.
20. Лифинцева Т.П. Философия диалога Мартина Бубера. – М.: ИФРАН, 1999.
21. Матяш О.В. Межличностная коммуникация. – М: Речь, 2011.
22. Назарчук А.В. Теория коммуникации в современной философии. М.: Прогресс-традиция, 2009.
23. Публичная сфера: теория, методология, кейс-стади/Под. Ред. Е.Р. Ярской-Смирновой. – М.: ВШЭ, 2013.
24. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. – СПб., 2002.
25. Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции. – М.: ДЕЛО, 2016.
26. Яковлев И.П. Основы теории коммуникаций. – СПб.: Питер, 2001 (доступна в библиотеке курса).

### 7.4. Нормативные правовые документы

Не используются.

#### 7.5. Интернет-ресурсы

1. «Лаборатория рекламы». Журнал РИП-холдинг. <http://www.advertology.ru/>
2. «Индустрия рекламы». [www.ir-magazine.ru](http://www.ir-magazine.ru)
3. «Маркетинг в России и за рубежом» [www.dis.ru](http://www.dis.ru)
4. «Маркетинг и маркетинговые исследования в России». <http://www.grebennikov.ru/>
5. «Рекламный журнал». [www.advertisingmagazine.ru](http://www.advertisingmagazine.ru)
6. Ассоциация коммуникационных агентств России <http://www.akar.ru/>
7. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) - <http://www.raso.ru/>

#### **8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Корпуса Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия и МВШСЭН обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

[Bloomberg](#)

[EBSCO Publishing](#)

[eLIBRARY.RU](#)

[Emerging Markets Information Service](#)

[Google Scholar \(Google Академия\)](#)

[IMF eLibrary](#)

[JSTOR](#)

[New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.](#)  
[OECD iLibrary](#)  
[Oxford Handbooks Online](#)  
[Polpred.com Обзор СМИ](#)  
[Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;](#)  
[SCOPUS](#)  
[Web of Science](#)  
[Wiley Online Library](#)  
[World Bank Elibrary](#)  
[Архивы научных журналов NEICON](#)  
[Интернет-сервис «Антиплагиат»](#)  
[Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»](#)  
[ЭБС Издательства "Лань"](#)  
[ЭБС Юрайт](#)

Приложение № 1

Руководителю (директору и т.д.)

\_\_\_\_\_

(наименование организации)

\_\_\_\_\_

(И.О. Фамилия)

Уважаемый \_\_\_\_\_

В соответствии с \_\_\_\_\_

(наименование документа)

от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_\_ г. №\_\_\_\_\_ направляем для прохождения

\_\_\_\_\_ практики следующих студентов \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_

(вид практики)

формы обучения по направлению подготовки (специальности) \_\_\_\_\_

1. \_\_\_\_\_
- (Ф.И.О. студента в именительном падеже)
- 2.
- 3...

Просим Вас обеспечить руководство практикой обучающихся и оказать им содействие в сборе необходимого информационного материала.

По окончании практики просим представить на каждого студента отзыв о его работе в период прохождения практики.

Должность

ФИО

Приложение № 2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
ИНСТИТУТ ФИНАНСОВ И УСТРОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

УТВЕРЖДАЮ

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

(И.О. Фамилия)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ПЛАН-ГРАФИК**

проведения \_\_\_\_\_ практики студентов \_\_\_\_\_ курса

Направление подготовки (специальность) \_\_\_\_\_  
(код и наименование)

Учебная группа № \_\_\_\_\_

№ п/п	Наименование этапа (периода) практики	Вид работ	Срок прохождения этапа (периода) практики	Форма отчетности

Срок прохождения практики с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Место прохождения практики \_\_\_\_\_  
*(указывается полное наименование структурного подразделения Академии/профильной организации и ее структурного подразделения, а также их фактический адрес)*

Рассмотрено на заседании кафедры \_\_\_\_\_  
(протокол от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_).

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ при ПРЕЗИДЕНТЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**ИНСТИТУТ ФИНАНСОВ И УСТРОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

Кафедра \_\_\_\_\_  
Направление подготовки (специальность) \_\_\_\_\_  
(код и наименование)

**ЗАДАНИЕ**

на \_\_\_\_\_ практику  
(вид практики)

Для \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. студента)

Студента \_\_\_\_\_ курса учебная группа № \_\_\_\_\_

Место прохождения практики \_\_\_\_\_  
(указывается полное наименование структурного подразделения Академии/профильной  
организации и ее  
структурного подразделения, а также их фактический адрес)

Срок прохождения практики: с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Цель прохождения практики: \_\_\_\_\_

Задачи практики: \_\_\_\_\_

Вопросы, \_\_\_\_\_ подлежащие  
изучению: \_\_\_\_\_

Ожидаемые результаты практики: \_\_\_\_\_

Руководители практики:

От Академии \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О) \_\_\_\_\_ (должность)

От профильной организации \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О) \_\_\_\_\_ (должность)

Рассмотрено \_\_\_\_\_ на \_\_\_\_\_ заседании \_\_\_\_\_ кафедры

(протокол от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_)

Руководитель практики \_\_\_\_\_  
(подпись)

Задание принято к исполнению \_\_\_\_\_ «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
(подпись студента)

УТВЕРЖДАЮ

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ОТЗЫВ  
о работе студента в период прохождения практики**

Студент \_\_\_\_\_ факультета  
(Ф.И.О.)  
проходил \_\_\_\_\_ практику в период с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. в

\_\_\_\_\_ *(наименование профильной организации с указанием структурного подразделения)*  
в качестве \_\_\_\_\_ *(должность)*.

На время прохождения практики на тему: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ *(Фамилия И.О. студента)*  
поручалось решение следующих задач: \_\_\_\_\_

За время прохождения практики \_\_\_\_\_ проявил  
*(Фамилия И. О. студента)*

\_\_\_\_\_ *(навыки, активность, дисциплина, помощь организации, качество и достаточность собранного материала для отчета и выполненных работ, поощрения и т.п.)*

Результаты работы \_\_\_\_\_ состоят в следующем: \_\_\_\_\_  
*(Фамилия И.О. студента)*

\_\_\_\_\_ *(Индивидуальное задание выполнено, решения по порученным задачам предложены, материал собран полностью, иное)*

Считаю, что прохождение практики студентом \_\_\_\_\_ *(Фамилия И.О.)*

может (не может) быть зачтено.

\_\_\_\_\_ *(Должность руководителя практики)*

\_\_\_\_\_ *(подпись)*

\_\_\_\_\_ *(И.О. Фамилия)*

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
М.П.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ при ПРЕЗИДЕНТЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**ИНСТИТУТ ФИНАНСОВ И УСТРОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

Кафедра \_\_\_\_\_  
Направление подготовки (специальность) \_\_\_\_\_  
*(код и наименование)*

**ОТЧЕТ**

**о прохождении практики** \_\_\_\_\_  
*(вид практики)*

\_\_\_\_\_ курс обучения *(Ф.И.О. студента)* учебная группа № \_\_\_\_\_

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
*(указывается полное наименование структурного подразделения Академии/профильной организации и ее структурного подразделения, а также их фактический адрес)*

Срок прохождения практики: с «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководители практики:

От Академии \_\_\_\_\_  
*(Ф.И.О.)* *(должность)*

От профильной организации \_\_\_\_\_  
*(Ф.И.О.)* *(должность)*

Отчет подготовлен \_\_\_\_\_  
*(подпись)* *(И.О. Фамилия)*

г. \_\_\_\_\_, 20\_\_ г.