

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет имени
Н.А. Добролюбова»



Производственная практика (творческая практика) (наименование дисциплины)

рабочая программа практики

Закреплена за кафедрой рекламы, связей с общественностью и туризма

Учебный план

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса (магистратура)

Квалификация **магистр**
Форма обучения **очно-заочная**
Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе:
контактная работа 1
самостоятельная работа 107

Виды контроля в семестрах (на курсах):
Зачет с оц. 1

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	1		Итого	
	12 1/6 нед			
Неделя				
Вид занятий	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки
Контактная работа	1	1	1	1
Самостоятельная работа	107	107	107	107
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

кан. филос. наук, доцент Ротанова М.Б.

Рецензент(ы):

д. филол. н., доцент Архангельская И.Б.

Рабочая программа дисциплины

Производственная практика (творческая практика)

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 08.06.2017 № 528.

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса (магистратура)

утвержденного Учёным советом вуза от 16.06.2022г., протокол №13.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью и туризма

Протокол от 10.06.2022 г. № 13

Срок действия программы: 2022-2023 уч.г.

Зав. кафедрой кан. филос. наук, доцент Ротанова М.Б.

(уч. степень, уч. звание, Ф.И.О)



1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Цель: Овладение профессиональными ключевыми компетенциями, полученными в ходе учебной деятельности студента по профессиональным дисциплинам, овладение методами разработки коммуникационных продуктов в условиях профессиональной среды.
Задачи освоения практики: разработать творческую концепцию и идеи для продвижения компании, услуг или продуктов в рамках своего исследования,
Определить коммуникационную и медиастратегии для творческого проекта
Выбрать оптимальные интегрированные маркетинговые коммуникации, в том числе PR и рекламные коммуникации, для продвижения своего творческого проекта.
Разработать медиапродукты для проекта в рамках своей темы.
Сформировать план кампании по продвижению проекта
Определить методы оценки эффективности проекта
Обосновать теоретически предложенные креативные решения по своей теме.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП:	Б2.О.02(П)
Производственная (профессионально- творческая) практика проводится в 2 и 3 семестрах (12 з.е., по 6 зачетные единиц в каждом) и входит в обязательную часть Блока 2 «Практика».	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1 .1	Разработка и продвижение контента
2.1 .2	Коммуникационный менеджмент
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2 .1	<ul style="list-style-type: none">• Подготовка к написанию ВКР
2.2 .2	<ul style="list-style-type: none">• Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Планируемые результаты практики:

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Знать:	
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	
Уровень Порогов	обучающий слабо знает, как осуществить критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень Высокий	обучающийся с незначительными затруднениями знает, как осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень Повышенный	обучающийся с требуемой степенью полноты и точности умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уметь:	
Уровень Порогов	обучающий слабо умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень Высокий	... обучающийся с незначительными затруднениями умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень Повышенный	обучающийся с требуемой степенью полноты и точности умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода,

ый	вырабатывать стратегию действий
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне знает способы руководства работой команды и выработки командной стратегии для достижения поставленной цели
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне знает способы руководства работой команды и выработки командной
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне знает способы руководства работой команды и выработки командной
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне умеет организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной

	цели
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне умеет организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками организации и руководства работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне владеет навыками организации и руководства работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне владеет навыками организации и руководства работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	
Знать:	
Уровень Пороговый обучающий на базовом уровне знает, как планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков,

	продукты
ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне знает, как внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Повышенный обучающий на высоком уровне знает, как внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уметь:	
Уровень Пороговый обучающий на базовом уровне умеет внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне умеет внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Повышенный обучающий на высоком уровне умеет внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне должен владеть навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне должен владеть навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне должен владеть навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне знает, как оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне знает, как оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне знает, как оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уметь:	
Уровень Пороговый	...обучающий на базовом уровне умеет оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне умеет оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уровень Повышенный	...обучающий на высоком уровне умеет оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной

й	ответственности
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне владеет навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уровень Повышен ый	...обучающий на высоком уровне владеет навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	
Знать:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Повышен ный	...обучающий на высоком уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уметь:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Повышен ный	...обучающий на высоком уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Владеть:	
Уровень Порогов ый	обучающий на базовом уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень Повышен ный	...обучающий на высоком уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	
Знать:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной

	деятельностью
Уровень Повышен ый	... обучающий на высоком уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уметь:	
Уровень Порогов ый	обучающий на базовом уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Повышен ый	... обучающий на высоком уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Владеть:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
Уровень Повышен ый обучающий на высоком уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	
Знать:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Повышен ый	... обучающий на высоком уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уметь:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Уровень Повышен ый	... обучающий на высоком уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Владеть:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием,

й	подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Пк-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки	
Знать:	
Уровень Пороговы й	... обучающий на базовом уровне знает <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, ● современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне знает <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уметь:	
Уровень Пороговы й	обучающий на базовом уровне умеет использовать <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, ● современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет использовать <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне умеет использовать <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Владеть:	
Уровень Пороговы й	... обучающий на базовом уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
ПК-5. Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций	
Знать:	
Уровень Пороговы й	... обучающий на базовом уровне знает, как руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций

	систем.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации	
Знать:	
Уровень Порог овы й	... обучающий на базовом уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уметь:	
Уровень Порог овы й	... обучающий на базовом уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Владеть:	
Уровень Порог овы й	... обучающий на базовом уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Данная Программа разработана в соответствии с Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ с изменениями 2015-2020 гг.; «Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры», утвержденным приказом Минобрнауки России от 19 декабря 2013 г. № 1367, Трудовым кодексом Российской Федерации, Положением о порядке проведения практики магистров образовательных учреждений высшего профессионального образования, утвержденным приказом Минобрнауки России от 27.03.2003 г. № 1154, Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) магистр), утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528 (далее – ФГОС ВО);, и определяет виды, порядок организации и материально-техническое обеспечение проведения практик обучающихся, осваивающих основную образовательную программу высшего профессионального образования.

Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383, и приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 декабря 2017 г. № 1225 «О внесении изменений в Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383».

«Производственная (профессионально-творческая) практика в НГЛУ является составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования подготовки магистров и представляет собой вид учебной работы, непосредственно ориентированной на навыков научного исследования.

Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения, приобретение общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых в работе по направлению подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью.

Цели, задачи, а также требования к организации и проведению практики определены учебным планом, составленным в соответствии с действующими ФГОС ВПО.

Сроки проведения практики установлены в соответствии с учебным планом, календарным учебным графиком и с учетом требований ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) магистр).

Проведение практики осуществляется на основе договоров между Университетом и соответствующими организациями, которые определяются выпускающей кафедрой или могут проводиться на кафедре рекламы, связей с общественностью и туризма.

II. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ)

Способы организации практики: стационарные.

Стационарные практики проводятся в структурных подразделениях НГЛУ или на предприятиях (в учреждениях, организациях), расположенных в Нижнем Новгороде. Возможна практика на предприятиях в других городах Российской Федерации.

Формы проведения практики

Производственная (профессионально-творческая) практика проводится в форме внеаудиторной работы в профильных подразделениях государственных, коммерческих или общественных организаций.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью коммерческих предприятий, консалтинговых центрах, коммуникационных группах, PR и рекламных агентствах. Практика осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану

Содержание и порядок прохождения производственной (практики НИР)

Производственная (профессионально-творческая) практика по направлению подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью министерств и ведомств, местных администраций, в аппаратах политических партий и неправительственных объединений, фондах, консалтинговых центрах и рекламных агентствах.

Производственная (профессионально-творческая) практика по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью министерств и ведомств, местных администраций, в аппаратах политических партий и неправительственных объединений, фондах, консалтинговых центрах и рекламных агентствах.

Производственная (профессионально-творческая) практика проходит в 4 этапа в каждом семестре.

Таблица - План работы

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу магистров	Часы (во всех 4 семестрах)
1	Ознакомительная лекция	Понимание цели и задач практики; ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; изучение Положения о практике.	8
2	Инструктаж по технике безопасности	Усвоения правил и норм безопасного прохождения практики.	8
3	Планирование работы	Составление плана работы на практике с научным руководителем и в случае прохождения практики за пределами вуза – с руководителем практики от предприятия.	12
4	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой	60

		формы; общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).	
5	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	Понимание своего места и роли в организации; Описание собственных функциональных обязанностей стажера; определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.	24
6	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного магистром во время практики	Подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.	20
7	Составление дневника практики	разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.	20
8	Изучение специфики работы предприятия и его отделов	Анализ специфики работы отделов.	40
9	Изучения организации маркетинговых, рекламных и PR-кампаний на предприятии.	Изучение практической стороны функционирования работы предприятия при организации=ии проектов. Выполнение посильных задач.	40
10	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных магистром в процессе практики в конкретной организации Выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; систематизация (на основании проводимых организацией	60

		маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.	
11	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	Выявление и представление преподавателю элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.	40
12	Анализ компетенций приобретенных во время практики	анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.	20
13.	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.	20
14.	Подведение итогов.	Составление отчета по практике	40
15.	Защита отчета по практике	Представление отчета научному руководителю. Обсуждение его сильных и слабых сторон.	20
Итого			432

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу магистров
1	Ознакомительная лекция	собеседование с магистром о цели и задачах практики; заполнение отчетно-правовой документации, сопровождающей прохождение практики; срез-контроль на знание основных пунктов Положения о практике.
2	Инструктаж по технике безопасности	Контроль усвоения магистрами правил и норм безопасного прохождения практики.
3	Планирование работы	Составление плана работы и его согласование с научным руководителем и в случае прохождения практики за пределами вуза – с руководителем

		практики от предприятия.
4	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	Отчет-эссе, свидетельствующий о степени ознакомления стажера с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; Составление магистрам перечня особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
5	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	Самостоятельное описание магистром собственных функциональных обязанностей стажера; Собеседование о практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного магистром во время практики	Перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.
6	Составление дневника практики	Дневник практики..
7	Изучение правил по составлению библиографии для научного исследование и	Анализ последнего стандарта по оформлению библиографии для научных работ.
8	Изучение специфики работы предприятия и его отделов	Выполнение задач руководителя практики от предприятия.
9	Изучения организации маркетинговых, рекламных и PR-кампаний на предприятии.	Аналитическая записка с оценкой маркетинговых, рекламных и PR-кампаний на предприятии.
10	Выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
11	Анализ компетенций приобретенных во время практики	Анализ магистром видов деятельности, обеспечивающих приобретение общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
12	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе	Выявление и представление преподавателю элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

	практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	
13	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	Выявление и представление преподавателю элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.
14.	Подведение итогов.	Отчет по практике.
15.	Защита отчета по практике	Защита отчета в устной форме. Возможно, с презентацией в Power Point.

V. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

1. Руководство практиками. Обязанности лиц, отвечающих за прохождение практики

Заведующий кафедрой выполняет следующие функции:

- закрепляет нагрузку по руководству практикой магистров за преподавателями кафедры;
- обеспечивает выполнение графика проведения практик;
- участвует в проведении организационных собраний магистров;
- контролирует проведение практик;
- организует изучение и подбор баз практик;
- при содействии администрации университета налаживает контакты с руководством учреждений, организаций и предприятий для получения разрешения на прохождение практик магистрами.
- осуществляет контроль за распределением магистров по базам практик;
- заслушивает отчет руководителя практик от университета о проделанной работе;
- участвует в обсуждении отчета о практиках на заседании кафедры и вносит свои предложения по разработке мероприятий по улучшению руководства практиками;
- обеспечивает руководителя практиками от университета учебно-методической документацией.

Руководитель практики от университета обязан:

До начала практики:

- ознакомиться с базой прохождения практики с целью определения возможностей выполнения магистрами поставленных перед ним задач (не позднее, чем за неделю до проведения организационного собрания);
- подготовить проект приказа о распределении магистров по базам практик (за 2 недели до начала каждого вида практики);
- провести организационное собрание по вопросам прохождения практик, на котором обсудить со магистрами задание на предстоящую практику, выдать направления и другую необходимую документацию (не позднее, чем за 1 неделю до начала практики);
- установить связь с руководителями практики от базовой организации и совместно с ними составить рабочую программу проведения практики;
- обеспечить проведение всех организационных мероприятий, касающихся приема магистра на базе практики: согласование с руководителями практики от базовой организации места и режима работы практикантов, их прав и обязанностей, возможностей доступа к необходимой документации, возможностей временной работы на вакантных штатных должностях; решение проблем оформления пропусков для магистра на время практики;
- познакомить магистров со специалистами принимающей стороны непосредственно на местах

прохождения практик и т. д.;

В ходе практики:

- обеспечивать прохождение практик в строгом соответствии с учебным планом и программой, посещать объекты практики в установленные кафедрой дни;
- осуществлять контроль над обеспечением необходимых условий труда магистров в ходе практики;
- осуществлять контроль над соблюдением сроков практики и ее содержанием;
- консультировать магистров в ходе практики по вопросам выполнения индивидуального задания, составления отчета о практике, оказывать методическую помощь магистрам в сборе материалов к дипломной работе;
- совместно с руководителями практики базовой организации нести ответственность за соблюдение магистрами правил техники безопасности.

После окончания практики:

- обеспечить сбор отчетов о практиках и дневников практикантов;
- проверить отчеты магистров о прохождении практики, выставить оценки за прохождение практик в ведомости и зачетные книжки магистров;
- сдать отчеты и дневники прохождения практики магистров на кафедру;
- обеспечить и организовать сохранность отчетной документации по практикам согласно нормативным документам;
- провести собрание (конференцию) со магистрами об итогах прохождения каждого вида практик;
- представить заведующему кафедрой информацию об итогах проведения практики, включая замечания по ее организации и предложения по совершенствованию практической подготовки магистров.

Администрация базы практик (принимающей стороны):

- обязана организовать и контролировать прохождение практики магистрами в соответствии с групповым или индивидуальным заданием;
- обязана обеспечить условия, необходимые для успешного прохождения практик магистрами, организовать и провести ее в соответствии с Положением и заданиями закрепленных за ними магистров. В этих целях они назначают из числа своих сотрудников руководителя практики от базовой организации (как правило, руководителя организации, его заместителя или одного из ведущих специалистов), обеспечивающих непосредственное руководство ее проведением и работающих в тесном контакте с руководителями практики;
- при наличии вакантных должностей магистры могут зачисляться на них, если работа соответствует требованиям программы практики.

Руководитель практики магистров от принимающей стороны обязан:

- ознакомить магистров с особенностями деятельности данного учреждения (организации), с условиями труда и материально-техническим оснащением базы практик с организацией работы на конкретном рабочем месте;
- определить (совместно с руководителем практики от университета) цели, задачи и объём работы практики для каждого магистра;
- контролировать соблюдение практикантами производственной дисциплины и сообщать в университет обо всех случаях нарушения ими правил внутреннего трудового распорядка;
- участвовать в оценке качества работы путём внесения пометок в дневники магистров о прохождении практики;
- дать отзыв о выполнении программы практики закрепленных за ними магистров, включающий замечания и предложения по ее организации (в последний день практики);
- с момента зачисления магистров в период практики на рабочие места ознакомить их в установленном порядке с правилами охраны труда и правилами внутреннего распорядка, действующими на предприятии. При этом продолжительность рабочего дня магистров при прохождении практики в организациях должна составлять для магистров в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю.

2. Отчетная документация магистров.

Отчет по практике должен состоять из следующих структурных элементов:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;

- основная часть, состоящая из двух глав;
- заключение;
- список литературы;
- приложения.

Текст отчета и иллюстративно-графический материал (таблицы, графики, схемы, рисунки) оформляются согласно методическим рекомендациям:

Обязательные структурные части, разделы отчета (их названия)	Форма изложения материала
Титульный лист документа	Содержит обязательные реквизиты. (см. Приложение 1)
ОГЛАВЛЕНИЕ	Перечень (список) наименований всех разделов, глав, параграфов, с указанием страниц, на которых они расположены. (см. Приложение 2)
ВВЕДЕНИЕ	Описать цели и задачи практики согласно методическим рекомендациям
Отчетная документация по первой части УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ практики (школьной)	1. Договор между Университетом и организацией – базой практики. 2. Направление стажера в организацию – базу практики.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Оформить текстом: Итог проделанной работы по объему и выполненным целям практики. Общие выводы и оценка работы психолога в психологическом центре.
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	Оформить текстом - списком: (15-20 источников) Перечисляются с порядковой нумерацией письменные источники, которыми пользовался магистр во время прохождения практики (нормативно-правовые акты, учебники, учебные пособия, диагностические методики, интернет-источники и др.)

При направлении лиц с ограниченными возможностями здоровья в организацию или предприятие для прохождения предусмотренной учебным планом практики, Университет согласовывает с организацией (предприятием) условия и виды труда. 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 студентом-инвалидом трудовых функций.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура (всё – в стандартной комплектации для лабораторных занятий и самостоятельной работы); доступ к Интернету.

VII. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Нормативно-технические документы

При прохождении практики в организациях магистр должен усвоить основные нормативно-технические документы:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки и связи с общественностью (квалификация (степень) «магистр»), утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528.

2. Программа практики магистров по направлению подготовки магистров **42.04.01** «Реклама и

связи с общественностью».

При прохождении практики магистр должен усвоить компьютерные технологии, обеспечивающие реализацию процессов социальных коммуникаций, основные методы научных исследований, проведения эксперимента, оценки полученных результатов, оформления отчетов по НИР и ОКР. При этом широко используется арсенал выставочных стендов, специализированной контрольно-измерительной техники, вычислительной и компьютерной техники со специализированным программным обеспечением.

Для прохождения практики и подготовки отчета о ней магистру может потребоваться следующее программное обеспечение (платные, условно-бесплатные или демо-версии): АBBYU Finereader, АBBYU Lingvo, Adobe Acrobat Reader, Adobe Photoshop, AllFusion Process Modeler (BPWin), Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Project, Microsoft Publisher, Microsoft Visio, Microsoft Word, Opera, Microsoft Internet Explorer, Promt, SwiffChart Pro, Консультант+/ Гарант/ Кодекс.

Перечень учебной литературы и интернет-ресурсов, необходимых для проведения практик

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
6.1. Рекомендуемая литература (не старше 15 лет)			
6.1.1. Основная литература			
<i>(из библиотек lib.lunn.ru, http://biblioclub.ru, http://urait.ru)</i>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Архангельская И.Б., Мезина Л.Г., Архангельская А.С.	Интегрированные маркетинговые коммуникации.	М.: РИОР, ИНФРА-М, 2020.
Л1.2	Архангельская И.Б., Ротанова М.Б.	Методические указания по написанию выпускной квалификационной работы (бакалавриат, магистратура): электронная версия.	Н. Новгород: НГЛУ, 2020.
Л1.3	Емельянов, С. М.	Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов.	М.: Юрайт, 2020.
Л1.4	Кириллова Н.Б.	Медиалогия. 2-е изд., стер	М.; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 420 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494602 (дата обращения: 10.12.2020).
Л1.5	Кирия И.Б., Новикова А.А.	История и теория медиа: учебник для вузов.	М : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753
Л1.6	Малышева Е.Г.,	Методология и методы	Омск : Омский

	Рогалева О.С.	медиаисследований: учебное пособие	государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2017. – 132 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563025
Л1.7	Синяева И.М.	Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров.	М.: Издательство Юрайт, 2020
Л1.8	Чумиков А.Н.	1. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студ. вузов.	М.: Аспект Пресс, 2018. (Учебник нового поколения).

6.1.2. Дополнительная литература

(литература из электронных ресурсов и печатные варианты из библиотеки НГЛУ)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Ачкасова В. А.	Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов/ под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп.	— Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453280 (д
Л2.2		2. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой	. М. : Юнити, 2015.
Л2.3	Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие		Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. — Таганрог : Южный федеральный университет, 2016. — Ч. 2. — 76

			с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030
Л2.4		Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой. –	Москва : Юнити, 2015. – 504 с. – (Magister). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438
Л2.5	Карпова С.В.	Финансовый маркетинг: теория и практика. Учебное пособие для магистров.	М.: Юрайт. Серия : Магистр. 2014.
Л2.6	Кириллова, Н.Б.	Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие :	Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 185 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869
Л2.7		Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов/ под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр.	М.: Издательство Юрайт, 2020.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] URL: http://www.akarussia.ru/
Э2	Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью URL: http://pracademy.ru/files/upload/07/8a/Российский%20кодекс%20профессиональных%20и%20этических%20принципов%20в%20PR%20РАСО.pdf
Э3	Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // URL: www.advertology.ru .
Э4	Сервис для создания и редактирования видео. URL: www.movavi.ru/videoeditor
Э5	Сервис для создания и редактирования видео. URL: www.supra.ru
Э6	Федеральный Закон РФ «О Рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ [электронный ресурс] / URL: http://www.consultant.ru/popular/advert/
Э7	Федеральный Закон РФ «О Средствах массовой информации» (Закон о СМИ) от 27.12. 1991 № 2124-1 (действующая редакция от 01.09.2013) / [электронный ресурс] / URL http://www.consultant.ru/popular/smi/

Оформление титульного листа дневника практики
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
Высшего профессионального образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет
им. Н.А. Добролюбова»

О Т Ч Е Т
о прохождении (название вида практики)
практики

Магистра _____
(Ф.И.О. полностью)

факультета _____ курса _____

группы _____ форма обучения: _____
(очная, заочная)

дом, адрес и телефон _____

Место проведения практики
_____ города _____
(базовое учреждение)

Сроки проведения практики
с «__» _____ по «__» _____ 20__ г.

Руководитель базового учреждения (центра)

(указать должность, Ф.И.О. полностью)

Специалист базового учреждения _____
(указать должность, Ф.И.О. полностью)

Адрес и телефон базового учреждения _____

Руководитель практики:
Руководитель от университета _____
Зав. кафедрой _____

Нижегород
2014

Образец Оглавления отчета по учебно-ознакомительной практики

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ (*указываются причины выбора определенной организации в качестве базы практики, формулируются цель и задачи практики ее продолжительность*)

1. Общая характеристика организации - базы прохождения практики
2. Должностные обязанности практиканта
3. Индивидуальное задание стажера
4. Индивидуальный план (дневник) практики
5. Общекультурные и профессиональные компетенции, приобретенные в процессе практики
6. Анализ основных проблем, сопровождавших прохождение практики
7. Рекомендации по совершенствованию форм и методов деятельности организации – базы практики
8. Элементы практики как эмпирическая основа научных работ разного уровня (курсовых, дипломных).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ (*приводятся общие выводы по всем составляющим практики*)

СПИСОК ЛИТЕРАТУР

Программу составил(и):

кан. филос. наук, доцент Ротанова М.Б.

Рецензент(ы):

д. филол. н., доцент Архангельская И.Б.

Рабочая программа дисциплины

Производственная практика (научно-исследовательская работа)

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 08.06.2017 № 528.

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса (магистратура)

утвержденного Учёным советом вуза от 16.06.2022г., протокол №13.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью и туризма

Протокол от 10.06.2022 г. № 13

Срок действия программы: 2022-2023 уч.г.

Зав. кафедрой кан. филос. наук, доцент Ротанова М.Б.

(уч. степень, уч. звание, Ф.И.О)



1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Цель: Формирование целостного представления о теории и методике научного исследования; изучение специфики и особенностей организации научно-исследовательской деятельности; выработка профессиональных компетенций, необходимых для проведения как самостоятельной научно-исследовательской работы, результатом которой является написание и успешная защита магистерской диссертации, так и научно-исследовательской работы в составе научного коллектива.
Задачи освоения практики: Сформировать представление о научном исследовании в сфере рекламы, связей с общественностью интегрированных коммуникаций.
Изучить подходы к поиску источников для научного исследования
Овладеть техникой мониторинга информационного поля конкретной организации
Ознакомиться с правилами оформления библиографии
Собрать материал, который необходим для написания выпускной квалификационной работы.
Сформировать список литературы по изучаемой проблематике
Рассмотреть возможности использования общенаучных и прикладных методов исследования по своей теме.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП:	Б2.О.01(Н)
Производственная практика проводится в 1, 2, 3 и 4 семестрах (12 з.е., по 3 зачетные единицы в каждом) и входит в обязательную часть Блока 2 «Практика».	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1 .1	Культурно-исторические аспекты социальной коммуникации
2.1 .2	Коммуникационный менеджмент
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2 .1	<ul style="list-style-type: none">• Подготовка к написанию ВКР
2.2 .2	<ul style="list-style-type: none">• Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Планируемые результаты практики:

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Знать:	
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	
Уровень Пороговый	обучающий слабо знает, как осуществить критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
Уровень Высокий	обучающийся с незначительными затруднениями знает, как осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
Уровень Повышенный	обучающийся с требуемой степенью полноты и точности умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий слабо умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий

Уровень Высокий	... обучающийся с незначительными затруднениями умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
Уровень Повышен ный	обучающийся с требуемой степенью полноты и точности умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
Владеть:	
Уровень Порогов ый	обучающийся на базовом уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
Уровень Высокий	обучающийся на хорошем уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
Уровень Повышен ный	обучающийся на высоком уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	
Знать:	
Уровень Порогов ый	обучающийся на базовом уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающийся на хорошем уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышен ный	обучающийся на высоком уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уметь:	
Уровень Порогов ый	обучающийся на базовом уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающийся на хорошем уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышен ный	обучающийся на высоком уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Владеть:	
Уровень Порогов ый	обучающийся на базовом уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающийся на хорошем уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышен ный	обучающийся на высоком уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	
Знать:	
Уровень Порогов ый	обучающийся на базовом уровне знает, как применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Высокий	обучающийся на хорошем уровне знает, как применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень	... обучающийся на высоком уровне знает, как применять современные

Повышенн ый	коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уметь:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне умеет применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне умеет применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Владеть:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне владеет современными коммуникативными технологиями, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет современными коммуникативными технологиями, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне владеет современными коммуникативными технологиями, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	
Знать:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уметь:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять и реализовывать приорите-ты собственной деятельности и способы ее совершенствования на ос-нове самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Владеть:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	

Знать:	
Уровень Пороговый обучающий на базовом уровне знает, как планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.
ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	
Знать:	

Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками анализа многообразных достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками анализа многообразных достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками анализа многообразных достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования,

Повышенный	процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, а также умеет применять при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, а также умеет применять при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, а также умеет применять при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, при разработке и реализации коммуникационного продукта следует принципам социальной ответственности
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, при разработке и реализации коммуникационного продукта следует принципам социальной ответственности
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, при разработке и реализации коммуникационного продукта следует принципам социальной ответственности
ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Владеть:	
Уровень Порогов	... обучающий на базовом уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной

ый	деятельностью
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
Уровень Повышен ный обучающий на высоком уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	
Знать:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уметь:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Владеть:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Пк-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки	
Знать:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне знает <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, ● современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.

Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне знает <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уметь:	
Уровень Порогов ый	обучающий на базовом уровне умеет использовать <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, ● современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет использовать <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне умеет использовать <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Владеть:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
ПК-5. Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций	
Знать:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне знает, как руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне знает, как руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уметь:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне умеет руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне умеет руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Владеть:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций

Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает способы разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает способы разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает способы разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом

ный	возможностей использования современных методов их реализации
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Данная Программа разработана в соответствии с Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ с изменениями 2015-2020 гг.; «Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры», утвержденным приказом Минобрнауки России от 19 декабря 2013 г. № 1367, Трудовым кодексом Российской Федерации, Положением о порядке проведения практики магистров образовательных учреждений высшего профессионального образования, утвержденным приказом Минобрнауки России от 27.03.2003 г. № 1154, Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) магистр), утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528 (далее – ФГОС ВО);, и определяет виды, порядок организации и материально-техническое обеспечение проведения практик обучающихся, осваивающих основную образовательную программу высшего профессионального образования.

Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383, и приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 декабря 2017 г. № 1225 «О внесении изменений в Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383».

«Производственная практика научно-исследовательская работа») обучающихся в НГЛУ является составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования подготовки магистров и представляет собой вид учебной работы, непосредственно ориентированной на навыков научного исследования.

Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения, приобретение общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых в работе по направлению подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью.

Цели, задачи, а также требования к организации и проведению практики определены учебным планом, составленным в соответствии с действующими ФГОС ВПО.

Сроки проведения практики установлены в соответствии с учебным планом, календарным учебным графиком и с учетом требований ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) магистр).

Проведение практики осуществляется на основе договоров между Университетом и соответствующими организациями, которые определяются выпускающей кафедрой или могут проводиться на кафедре рекламы, связей с общественностью и туризма.

II. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ)

Способы организации практики: стационарные.

Стационарные практики проводятся в структурных подразделениях НГЛУ или на предприятиях (в учреждениях, организациях), расположенных в Нижнем Новгороде. Возможна практика на предприятиях в других городах Российской Федерации.

Формы проведения практики

Производственная практика проводится в форме внеаудиторной работы в профильных подразделениях государственных, коммерческих или общественных организаций.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах

по связям с общественностью коммерческих предприятий, консалтинговых центрах, коммуникационных группах, PR и рекламных агентствах. Практика осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану

Содержание и порядок прохождения производственной (практики НИР)

Производственная практика (НИР) по направлению подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью министерств и ведомств, местных администраций, в аппаратах политических партий и неправительственных объединений, фондах, консалтинговых центрах и рекламных агентствах.

Научно-исследовательская практика по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью министерств и ведомств, местных администраций, в аппаратах политических партий и неправительственных объединений, фондах, консалтинговых центрах и рекламных агентствах.

Производственная практика (НИР) проходит в 4 этапа в каждом семестре.

Таблица - План работы

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу магистров	Часы (во всех 4 семестрах)
1	Ознакомительная лекция	Понимание цели и задач практики; ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; изучение Положения о практике.	8
2	Инструктаж по технике безопасности	Усвоения правил и норм безопасного прохождения практики.	8
3	Планирование работы	Составление плана работы на практике с научным руководителем и в случае прохождения практики за пределами вуза – с руководителем практики от предприятия.	12
4	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; общая оценка организации (краткая история образования,	60

		объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).	
5	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	Понимание своего места и роли в организации; Описание собственных функциональных обязанностей стажера; определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.	24
6	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного магистром во время практики	Подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.	20
7	Составление дневника практики	разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.	20
8	Изучение правил по составлению библиографии для научного исследования и	Анализ последнего стандарта по оформлению библиографии для научных работ.	40
9	Подбор литературы по теме исследования. составление библиографии по теме.	Работа с источниками	40
10	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных магистром в процессе практики в конкретной организации Выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и	60

		связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.	
11	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	Выявление и представление преподавателю элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.	40
12	Анализ компетенций приобретенных во время практики	анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.	20
13.	определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.	20
14.	Подведение итогов.	Составление отчета по практике	40
15.	Защита отчета по практике	Представление отчета научному руководителю. Обсуждение его сильных и слабых сторон.	20
итого			432

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу магистров
1	Ознакомительная лекция	собеседование с магистром о цели и задачах практики; заполнение отчетно-правовой документации, сопровождающей прохождение практики; срез-контроль на знание основных пунктов Положения о практике.
2	Инструктаж по технике безопасности	Контроль усвоения магистрами правил и норм безопасного прохождения практики.
3	Планирование работы	Составление плана работы и его согласование с научным руководителем и в случае прохождения практики за пределами вуза – с руководителем практики от предприятия.
4	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации	Отчет-эссе, свидетельствующий о степени ознакомления стажера с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной

	фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	структуры по месту прохождения практики; Составление магистрам перечня особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
5	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	Самостоятельное описание магистром собственных функциональных обязанностей стажера; Собеседование о практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного магистром во время практики	Перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.
6	Составление дневника практики	Дневник практики..
7	Изучение правил по составлению библиографии для научного исследования и	Анализ последнего стандарта по оформлению библиографии для научных работ.
8	Подбор литературы по теме исследования. составление библиографии по теме.	Библиография по исследуемой теме на русском и английском языке. Минимум 60 источников.
9	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных магистром в процессе практики в конкретной организации Выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; Анализ конкурентной среды. ; Выбор методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; Характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.
10	Выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой	Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.

	организации	
11	Анализ компетенций приобретенных во время практики	Анализ магистром видов деятельности, обеспечивающих приобретение общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
12	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	Выявление и представление преподавателю элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.
13	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	Выявление и представление преподавателю элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.
14.	Подведение итогов.	Отчет по практике.
15.	Защита отчета по практике	Защита отчета в устной форме. Возможно, с презентацией в Power Point.

V. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

1. Руководство практиками. Обязанности лиц, отвечающих за прохождение практики

Заведующий кафедрой выполняет следующие функции:

- закрепляет нагрузку по руководству практикой магистров за преподавателями кафедры;
- обеспечивает выполнение графика проведения практик;
- участвует в проведении организационных собраний магистров;
- контролирует проведение практик;
- организует изучение и подбор баз практик;
- при содействии администрации университета налаживает контакты с руководством учреждений, организаций и предприятий для получения разрешения на прохождение практик магистрами.
- осуществляет контроль за распределением магистров по базам практик;
- заслушивает отчет руководителя практик от университета о проделанной работе;
- участвует в обсуждении отчета о практиках на заседании кафедры и вносит свои предложения по разработке мероприятий по улучшению руководства практиками;
- обеспечивает руководителя практиками от университета учебно-методической документацией.

Руководитель практики от университета обязан:

До начала практики:

- ознакомиться с базой прохождения практики с целью определения возможностей выполнения магистрами поставленных перед ним задач (не позднее, чем за неделю до проведения организационного собрания);
- подготовить проект приказа о распределении магистров по базам практик (за 2 недели до начала каждого вида практики);
- провести организационное собрание по вопросам прохождения практик, на котором обсудить со магистрами задание на предстоящую практику, выдать направления и другую необходимую

документацию (не позднее, чем за 1 неделю до начала практики);

- установить связь с руководителями практики от базовой организации и совместно с ними составить рабочую программу проведения практики;

- обеспечить проведение всех организационных мероприятий, касающихся приема магистра на базе практики: согласование с руководителями практики от базовой организации места и режима работы практикантов, их прав и обязанностей, возможностей доступа к необходимой документации, возможностей временной работы на вакантных штатных должностях; решение проблем оформления пропусков для магистра на время практики;

- познакомить магистров со специалистами принимающей стороны непосредственно на местах прохождения практик и т. д.;

В ходе практики:

- обеспечивать проведение практик в строгом соответствии с учебным планом и программой, посещать объекты практики в установленные кафедрой дни;

- осуществлять контроль над обеспечением необходимых условий труда магистров в ходе практики;

- осуществлять контроль над соблюдением сроков практики и ее содержанием;

- консультировать магистров в ходе практики по вопросам выполнения индивидуального задания, составления отчета о практике, оказывать методическую помощь магистрам в сборе материалов к дипломной работе;

- совместно с руководителями практики базовой организации нести ответственность за соблюдение магистрами правил техники безопасности.

После окончания практики:

- обеспечить сбор отчетов о практиках и дневников практикантов;

- проверить отчеты магистров о прохождении практики, выставить оценки за прохождение практик в ведомости и зачетные книжки магистров;

- сдать отчеты и дневники прохождения практики магистров на кафедру;

- обеспечить и организовать сохранность отчетной документации по практикам согласно нормативным документам;

- провести собрание (конференцию) со магистрами об итогах прохождения каждого вида практик;

- представить заведующему кафедрой информацию об итогах проведения практики, включая замечания по ее организации и предложения по совершенствованию практической подготовки магистров.

Администрация базы практик (принимающей стороны):

- обязана организовать и контролировать прохождение практики магистрами в соответствии с групповым или индивидуальным заданием;

- обязана обеспечить условия, необходимые для успешного прохождения практик магистрами, организовать и провести ее в соответствии с Положением и заданиями закрепленных за ними магистров. В этих целях они назначают из числа своих сотрудников руководителя практики от базовой организации (как правило, руководителя организации, его заместителя или одного из ведущих специалистов), обеспечивающих непосредственное руководство ее проведением и работающих в тесном контакте с руководителями практики;

- при наличии вакантных должностей магистры могут зачисляться на них, если работа соответствует требованиям программы практики.

Руководитель практики магистров от принимающей стороны обязан:

- ознакомить магистров с особенностями деятельности данного учреждения (организации), с условиями труда и материально-техническим оснащением базы практик с организацией работы на конкретном рабочем месте;

- определить (совместно с руководителем практики от университета) цели, задачи и объём работы практики для каждого магистра;

- контролировать соблюдение практикантами производственной дисциплины и сообщать в университет обо всех случаях нарушения ими правил внутреннего трудового распорядка;

- участвовать в оценке качества работы путём внесения пометок в дневники магистров о прохождении практики;

- дать отзыв о выполнении программы практики закрепленных за ними магистров, включающий замечания и предложения по ее организации (в последний день практики);

- с момента зачисления магистров в период практики на рабочие места ознакомить их в установленном порядке с правилами охраны труда и правилами внутреннего распорядка,

действующими на предприятии. При этом продолжительность рабочего дня магистров при прохождении практики в организациях должна составлять для магистров в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю.

2. Отчетная документация магистров.

Отчет по практике должен состоять из следующих структурных элементов:

- титульный лист;
- оглавление;
 - введение;
 - основная часть, состоящая из двух глав;
 - заключение;
 - список литературы;
 - приложения.

Текст отчета и иллюстративно-графический материал (таблицы, графики, схемы, рисунки) оформляются согласно методическим рекомендациям:

Обязательные структурные части, разделы отчета (их названия)	Форма изложения материала
Титульный лист документа	Содержит обязательные реквизиты. (см. Приложение 1)
ОГЛАВЛЕНИЕ	Перечень (список) наименований всех разделов, глав, параграфов, с указанием страниц, на которых они расположены. (см. Приложение 2)
ВВЕДЕНИЕ	Описать цели и задачи практики согласно методическим рекомендациям
Отчетная документация по первой части УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ практики (школьной)	1. Договор между Университетом и организацией – базой практики. 2. Направление стажера в организацию – базу практики.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Оформить текстом: Итог проделанной работы по объему и выполненным целям практики. Общие выводы и оценка работы психолога в психологическом центре.
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	Оформить текстом - списком: (15-20 источников) Перечисляются с порядковой нумерацией письменные источники, которыми пользовался магистр во время прохождения практики (нормативно-правовые акты, учебники, учебные пособия, диагностические методики, интернет-источники и др.)

При направлении лиц с ограниченными возможностями здоровья в организацию или предприятие для прохождения предусмотренной учебным планом практики, Университет согласовывает с организацией (предприятием) условия и виды труда. 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 студентом-инвалидом трудовых функций.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура (всё – в стандартной комплектации для лабораторных занятий и самостоятельной работы); доступ к Интернету.

VII. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Нормативно-технические документы

При прохождении практики в организациях магистр должен усвоить основные нормативно-технические документы:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки и связи с общественностью (квалификация (степень) «магистр»), утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528.

2. Программа практики магистров по направлению подготовки магистров **42.04.01** «Реклама и связи с общественностью».

При прохождении практики магистр должен усвоить компьютерные технологии, обеспечивающие реализацию процессов социальных коммуникаций, основные методы научных исследований, проведения эксперимента, оценки полученных результатов, оформления отчетов по НИР и ОКР. При этом широко используется арсенал выставочных стендов, специализированной контрольно-измерительной техники, вычислительной и компьютерной техники со специализированным программным обеспечением.

Для прохождения практики и подготовки отчета о ней магистру может потребоваться следующее программное обеспечение (платные, условно-бесплатные или демо-версии): АBBYY Finereader, АBBYY Lingvo, Adobe Acrobat Reader, Adobe Photoshop, AllFusion Process Modeler (BPWin), Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Project, Microsoft Publisher, Microsoft Visio, Microsoft Word, Opera, Microsoft Internet Explorer, Promt, SwiffChart Pro, Консультант+/ Гарант/ Кодекс.

Перечень учебной литературы и интернет-ресурсов, необходимых для проведения практик

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
6.1. Рекомендуемая литература (не старше 15 лет)			
6.1.1. Основная литература (из библиотек lib.lunn.ru , http://biblioclub.ru , http://urait.ru)			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Архангельская И.Б., Мезина Л.Г., Архангельская А.С.	Интегрированные маркетинговые коммуникации.	М.: РИОР, ИНФРА-М, 2020.
Л1.2	Архангельская И.Б., Ротанова М.Б.	Методические указания по написанию выпускной квалификационной работы (бакалавриат, магистратура): электронная версия.	Н. Новгород: НГЛУ, 2020.
Л1.3	Емельянов, С. М.	Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов.	М.: Юрайт, 2020.
Л1.4	Кириллова Н.Б.	Медиалогия. 2-е изд., стер	М.; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 420 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494602 (дата обращения: 10.12.2020).

Л1.5	Кирия И.Б., Новикова А.А.	История и теория медиа: учебник для вузов.	М : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. URL: https://biblio club.ru/index.php?page=book&id=471753
Л1.6	Малышева Е.Г., Рогалева О.С.	Методология и методы медиаисследований: учебное пособие	Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2017. – 132 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblio club.ru/index.php?page=book&id=563025
Л1.7	Синяева И.М.	Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров.	М.: Издательство Юрайт, 2020
Л1.8	Чумиков А.Н.	1. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студ. вузов.	М.: Аспект Пресс, 2018. (Учебник нового поколения).

6.1.2. Дополнительная литература

(литература из электронных ресурсов и печатные варианты из библиотеки НГЛУ)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Ачкасова В. А.	Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов/ под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп.	— Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453280 (д
Л2.2		2. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой	. М. : Юнити, 2015.
Л2.3	Дрокина, К.В. РЫНОК		Южный федеральный

	информационно - коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие		университет, Инженерно-технологическая академия. – Таганрог : Южный федеральный университет, 2016. – Ч. 2. – 76 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030
Л2.4		Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой. –	Москва : Юнити, 2015. – 504 с. – (Magister). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438
Л2.5	Карпова С.В.	Финансовый маркетинг: теория и практика. Учебное пособие для магистров.	М.: Юрайт. Серия : Магистр. 2014.
Л2.6	Кириллова, Н.Б.	Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие :	Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 185 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869
Л2.7		Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов/ под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр.	М.: Издательство Юрайт, 2020.
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] URL: http://www.akarussia.ru/		
Э2	Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью URL: http://pracademy.ru/files/upload/07/8a/Российский%20кодекс%20профессиональных%20и%20этических%20принципов%20в%20PR_РАСО.pdf		
Э3	Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // URL: www.advertology.ru .		
Э4	Сервис для создания и редактирования видео. URL: www.movavi.ru/videoeditor		
Э5	Сервис для создания и редактирования видео. URL: www.supra.ru		
Э6	Федеральный Закон РФ «О Рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ		

	[электронный ресурс] / URL: http://www.consultant.ru/popular/advert/
Э7	Федеральный Закон РФ «О Средствах массовой информации» (Закон о СМИ) от 27.12. 1991 № 2124-1 (действующая редакция от 01.09.2013) / [электронный ресурс] / URL http://www.consultant.ru/popular/smi/

В

Оформление титульного листа дневника практики
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 Высшего профессионального образования
 «Нижегородский государственный лингвистический университет
 им. Н.А. Добролюбова»

О Т Ч Е Т
о прохождении (название вида практики)
практики

Магистра _____
 (Ф.И.О. полностью)

факультета _____ курса _____

группы _____ форма обучения: _____
 (очная, заочная)

дом, адрес и телефон _____

Место проведения практики
 _____ города _____
 (базовое учреждение)

Сроки проведения практики
 с «__» _____ по «__» _____ 20__ г.

Руководитель базового учреждения (центра)

 (указать должность, Ф.И.О. полностью)

Специалист базового учреждения _____
 (указать должность, Ф.И.О. полностью)

Адрес и телефон базового учреждения _____

Руководитель практики:

Руководитель от университета _____
 Зав. кафедрой _____

Нижегород
 2014

Образец Оглавления отчета по учебно-ознакомительной практики

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ (*указываются причины выбора определенной организации в качестве базы практики, формулируются цель и задачи практики ее продолжительность*)

1. Общая характеристика организации - базы прохождения практики
2. Должностные обязанности практиканта
3. Индивидуальное задание стажера
4. Индивидуальный план (дневник) практики
5. Общекультурные и профессиональные компетенции, приобретенные в процессе практики
6. Анализ основных проблем, сопровождавших прохождение практики
7. Рекомендации по совершенствованию форм и методов деятельности организации – базы практики
8. Элементы практики как эмпирическая основа научных работ разного уровня (курсовых, дипломных).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ (*приводятся общие выводы по всем составляющим практики*)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет имени
Н.А. Добролюбова»



Производственная практика (профессионально-творческая практика) (наименование дисциплины)

рабочая программа практики

Закреплена за кафедрой рекламы, связей с общественностью и туризма

Учебный план

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса (магистратура)

Квалификация **магистр**

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **12 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 432

в том числе:

контактная работа 2

самостоятельная работа 430

Виды контроля в семестрах (на курсах):

Зачет с оц. 23

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	2		3		Итого	
	Неделя		Неделя			
Вид занятий	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки
Контактная работа	1	1	1	1	1	2
Самостоятельная работа	215	215	215	215	215	430
Итого	216	216	216	216	216	432

Программу составил(и):

кан. филос. наук, доцент Ротанова М.Б.

Рецензент(ы):

д. филол. н., доцент Архангельская И.Б.

Рабочая программа дисциплины

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 08.06.2017 № 528.

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса (магистратура)

утвержденного Учёным советом вуза от 16.06.2022г., протокол №13.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью и туризма

Протокол от 10.06.2022 г. № 13

Срок действия программы: 2022-2023 уч.г.

Зав. кафедрой кан. филос. наук, доцент Ротанова М.Б.

(уч. степень, уч. звание, Ф.И.О)



1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Цель: Овладение профессиональными ключевыми компетенциями, полученными в ходе учебной деятельности студента по профессиональным дисциплинам, овладение методами разработки коммуникационных продуктов в условиях профессиональной среды.
Задачи освоения практики: разработать творческую концепцию и идеи для продвижения компании, услуг или продуктов в рамках своего исследования,
Определить коммуникационную и медиастратегии для творческого проекта
Выбрать оптимальные интегрированные маркетинговые коммуникации, в том числе PR и рекламные коммуникации, для продвижения своего творческого проекта.
Разработать медиапродукты для проекта в рамках своей темы.
Сформировать план кампании по продвижению проекта
Определить методы оценки эффективности проекта
Обосновать теоретически предложенные креативные решения по своей теме.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП:	Б2.О.02(П)
Производственная (профессионально- творческая) практика проводится в 2 и 3 семестрах (12 з.е., по 6 зачетные единиц в каждом) и входит в обязательную часть Блока 2 «Практика».	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1 .1	Разработка и продвижение контента
2.1 .2	Коммуникационный менеджмент
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2 .1	<ul style="list-style-type: none">• Подготовка к написанию ВКР
2.2 .2	<ul style="list-style-type: none">• Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Планируемые результаты практики:

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Знать:	
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	
Уровень Порогов	обучающий слабо знает, как осуществить критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень Высокий	обучающийся с незначительными затруднениями знает, как осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень Повышенный	обучающийся с требуемой степенью полноты и точности умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уметь:	
Уровень Порогов	обучающий слабо умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень Высокий	... обучающийся с незначительными затруднениями умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень Повышенный	обучающийся с требуемой степенью полноты и точности умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода,

ый	вырабатывать стратегию действий
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне знает способы руководства работой команды и выработки командной стратегии для достижения поставленной цели
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне знает способы руководства работой команды и выработки командной
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне знает способы руководства работой команды и выработки командной
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне умеет организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной

	цели
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне умеет организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками организации и руководства работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне владеет навыками организации и руководства работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне владеет навыками организации и руководства работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	
Знать:	
Уровень Пороговый обучающий на базовом уровне знает, как планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков,

	продукты
ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне знает, как внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Повышенный обучающий на высоком уровне знает, как внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уметь:	
Уровень Пороговый обучающий на базовом уровне умеет внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне умеет внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Повышенный обучающий на высоком уровне умеет внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне должен владеть навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне должен владеть навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне должен владеть навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне знает, как оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне знает, как оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне знает, как оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уметь:	
Уровень Пороговый	...обучающий на базовом уровне умеет оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне умеет оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уровень Повышенный	...обучающий на высоком уровне умеет оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной

й	ответственности
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне владеет навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уровень Повышен ый	...обучающий на высоком уровне владеет навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	
Знать:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Повышен ный	...обучающий на высоком уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уметь:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Повышен ный	...обучающий на высоком уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Владеть:	
Уровень Порогов ый	обучающий на базовом уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень Повышен ный	...обучающий на высоком уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	
Знать:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной

	деятельностью
Уровень Повышен ый	... обучающий на высоком уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уметь:	
Уровень Порогов ый	обучающий на базовом уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Повышен ый	... обучающий на высоком уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Владеть:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
Уровень Повышен ый обучающий на высоком уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	
Знать:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Повышен ый	... обучающий на высоком уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уметь:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Уровень Повышен ый	... обучающий на высоком уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Владеть:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием,

й	подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Пк-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки	
Знать:	
Уровень Пороговы й	... обучающий на базовом уровне знает <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, ● современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне знает <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уметь:	
Уровень Пороговы й	обучающий на базовом уровне умеет использовать <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, ● современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет использовать <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне умеет использовать <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Владеть:	
Уровень Пороговы й	... обучающий на базовом уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
ПК-5. Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций	
Знать:	
Уровень Пороговы й	... обучающий на базовом уровне знает, как руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций

	систем.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации	
Знать:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уметь:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Владеть:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Данная Программа разработана в соответствии с Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ с изменениями 2015-2020 гг.; «Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры», утвержденным приказом Минобрнауки России от 19 декабря 2013 г. № 1367, Трудовым кодексом Российской Федерации, Положением о порядке проведения практики магистров образовательных учреждений высшего профессионального образования, утвержденным приказом Минобрнауки России от 27.03.2003 г. № 1154, Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) магистр), утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528 (далее – ФГОС ВО);, и определяет виды, порядок организации и материально-техническое обеспечение проведения практик обучающихся, осваивающих основную образовательную программу высшего профессионального образования.

Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383, и приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 декабря 2017 г. № 1225 «О внесении изменений в Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383».

«Производственная (профессионально-творческая) практика в НГЛУ является составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования подготовки магистров и представляет собой вид учебной работы, непосредственно ориентированной на навыков научного исследования.

Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения, приобретение общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых в работе по направлению подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью.

Цели, задачи, а также требования к организации и проведению практики определены учебным планом, составленным в соответствии с действующими ФГОС ВПО.

Сроки проведения практики установлены в соответствии с учебным планом, календарным учебным графиком и с учетом требований ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) магистр).

Проведение практики осуществляется на основе договоров между Университетом и соответствующими организациями, которые определяются выпускающей кафедрой или могут проводиться на кафедре рекламы, связей с общественностью и туризма.

II. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ)

Способы организации практики: стационарные.

Стационарные практики проводятся в структурных подразделениях НГЛУ или на предприятиях (в учреждениях, организациях), расположенных в Нижнем Новгороде. Возможна практика на предприятиях в других городах Российской Федерации.

Формы проведения практики

Производственная (профессионально-творческая) практика проводится в форме внеаудиторной работы в профильных подразделениях государственных, коммерческих или общественных организаций.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью коммерческих предприятий, консалтинговых центрах, коммуникационных группах, PR и рекламных агентствах. Практика осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану

Содержание и порядок прохождения производственной (практики НИР)

Производственная (профессионально-творческая) практика по направлению подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью министерств и ведомств, местных администраций, в аппаратах политических партий и неправительственных объединений, фондах, консалтинговых центрах и рекламных агентствах.

Производственная (профессионально-творческая) практика по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью министерств и ведомств, местных администраций, в аппаратах политических партий и неправительственных объединений, фондах, консалтинговых центрах и рекламных агентствах.

Производственная (профессионально-творческая) практика проходит в 4 этапа в каждом семестре.

Таблица - План работы

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу магистров	Часы (во всех 4 семестрах)
1	Ознакомительная лекция	Понимание цели и задач практики; ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; изучение Положения о практике.	8
2	Инструктаж по технике безопасности	Усвоения правил и норм безопасного прохождения практики.	8
3	Планирование работы	Составление плана работы на практике с научным руководителем и в случае прохождения практики за пределами вуза – с руководителем практики от предприятия.	12
4	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой	60

		формы; общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).	
5	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	Понимание своего места и роли в организации; Описание собственных функциональных обязанностей стажера; определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.	24
6	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного магистром во время практики	Подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.	20
7	Составление дневника практики	разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.	20
8	Изучение специфики работы предприятия и его отделов	Анализ специфики работы отделов.	40
9	Изучения организации маркетинговых, рекламных и PR-кампаний на предприятии.	Изучение практической стороны функционирования работы предприятия при организации=ии проектов. Выполнение посильных задач.	40
10	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных магистром в процессе практики в конкретной организации Выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; систематизация (на основании проводимых организацией	60

		маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.	
11	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	Выявление и представление преподавателю элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.	40
12	Анализ компетенций приобретенных во время практики	анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.	20
13.	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.	20
14.	Подведение итогов.	Составление отчета по практике	40
15.	Защита отчета по практике	Представление отчета научному руководителю. Обсуждение его сильных и слабых сторон.	20
Итого			432

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу магистров
1	Ознакомительная лекция	собеседование с магистром о цели и задачах практики; заполнение отчетно-правовой документации, сопровождающей прохождение практики; срез-контроль на знание основных пунктов Положения о практике.
2	Инструктаж по технике безопасности	Контроль усвоения магистрами правил и норм безопасного прохождения практики.
3	Планирование работы	Составление плана работы и его согласование с научным руководителем и в случае прохождения практики за пределами вуза – с руководителем

		практики от предприятия.
4	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	Отчет-эссе, свидетельствующий о степени ознакомления стажера с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; Составление магистрам перечня особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
5	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	Самостоятельное описание магистром собственных функциональных обязанностей стажера; Собеседование о практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного магистром во время практики	Перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.
6	Составление дневника практики	Дневник практики..
7	Изучение правил по составлению библиографии для научного исследование и	Анализ последнего стандарта по оформлению библиографии для научных работ.
8	Изучение специфики работы предприятия и его отделов	Выполнение задач руководителя практики от предприятия.
9	Изучения организации маркетинговых, рекламных и PR-кампаний на предприятии.	Аналитическая записка с оценкой маркетинговых, рекламных и PR-кампаний на предприятии.
10	Выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
11	Анализ компетенций приобретенных во время практики	Анализ магистром видов деятельности, обеспечивающих приобретение общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
12	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе	Выявление и представление преподавателю элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

	практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	
13	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	Выявление и представление преподавателю элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.
14.	Подведение итогов.	Отчет по практике.
15.	Защита отчета по практике	Защита отчета в устной форме. Возможно, с презентацией в Power Point.

V. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

1. Руководство практиками. Обязанности лиц, отвечающих за прохождение практики

Заведующий кафедрой выполняет следующие функции:

- закрепляет нагрузку по руководству практикой магистров за преподавателями кафедры;
- обеспечивает выполнение графика проведения практик;
- участвует в проведении организационных собраний магистров;
- контролирует проведение практик;
- организует изучение и подбор баз практик;
- при содействии администрации университета налаживает контакты с руководством учреждений, организаций и предприятий для получения разрешения на прохождение практик магистрами.
- осуществляет контроль за распределением магистров по базам практик;
- заслушивает отчет руководителя практик от университета о проделанной работе;
- участвует в обсуждении отчета о практиках на заседании кафедры и вносит свои предложения по разработке мероприятий по улучшению руководства практиками;
- обеспечивает руководителя практиками от университета учебно-методической документацией.

Руководитель практики от университета обязан:

До начала практики:

- ознакомиться с базой прохождения практики с целью определения возможностей выполнения магистрами поставленных перед ним задач (не позднее, чем за неделю до проведения организационного собрания);
- подготовить проект приказа о распределении магистров по базам практик (за 2 недели до начала каждого вида практики);
- провести организационное собрание по вопросам прохождения практик, на котором обсудить со магистрами задание на предстоящую практику, выдать направления и другую необходимую документацию (не позднее, чем за 1 неделю до начала практики);
- установить связь с руководителями практики от базовой организации и совместно с ними составить рабочую программу проведения практики;
- обеспечить проведение всех организационных мероприятий, касающихся приема магистра на базе практики: согласование с руководителями практики от базовой организации места и режима работы практикантов, их прав и обязанностей, возможностей доступа к необходимой документации, возможностей временной работы на вакантных штатных должностях; решение проблем оформления пропусков для магистра на время практики;
- познакомить магистров со специалистами принимающей стороны непосредственно на местах

прохождения практик и т. д.;

В ходе практики:

- обеспечивать прохождение практик в строгом соответствии с учебным планом и программой, посещать объекты практики в установленные кафедрой дни;
- осуществлять контроль над обеспечением необходимых условий труда магистров в ходе практики;
- осуществлять контроль над соблюдением сроков практики и ее содержанием;
- консультировать магистров в ходе практики по вопросам выполнения индивидуального задания, составления отчета о практике, оказывать методическую помощь магистрам в сборе материалов к дипломной работе;
- совместно с руководителями практики базовой организации нести ответственность за соблюдение магистрами правил техники безопасности.

После окончания практики:

- обеспечить сбор отчетов о практиках и дневников практикантов;
- проверить отчеты магистров о прохождении практики, выставить оценки за прохождение практик в ведомости и зачетные книжки магистров;
- сдать отчеты и дневники прохождения практики магистров на кафедру;
- обеспечить и организовать сохранность отчетной документации по практикам согласно нормативным документам;
- провести собрание (конференцию) со магистрами об итогах прохождения каждого вида практик;
- представить заведующему кафедрой информацию об итогах проведения практики, включая замечания по ее организации и предложения по совершенствованию практической подготовки магистров.

Администрация базы практик (принимающей стороны):

- обязана организовать и контролировать прохождение практики магистрами в соответствии с групповым или индивидуальным заданием;
- обязана обеспечить условия, необходимые для успешного прохождения практик магистрами, организовать и провести ее в соответствии с Положением и заданиями закрепленных за ними магистров. В этих целях они назначают из числа своих сотрудников руководителя практики от базовой организации (как правило, руководителя организации, его заместителя или одного из ведущих специалистов), обеспечивающих непосредственное руководство ее проведением и работающих в тесном контакте с руководителями практики;
- при наличии вакантных должностей магистры могут зачисляться на них, если работа соответствует требованиям программы практики.

Руководитель практики магистров от принимающей стороны обязан:

- ознакомить магистров с особенностями деятельности данного учреждения (организации), с условиями труда и материально-техническим оснащением базы практик с организацией работы на конкретном рабочем месте;
- определить (совместно с руководителем практики от университета) цели, задачи и объем работы практики для каждого магистра;
- контролировать соблюдение практикантами производственной дисциплины и сообщать в университет обо всех случаях нарушения ими правил внутреннего трудового распорядка;
- участвовать в оценке качества работы путём внесения пометок в дневники магистров о прохождении практики;
- дать отзыв о выполнении программы практики закрепленных за ними магистров, включающий замечания и предложения по ее организации (в последний день практики);
- с момента зачисления магистров в период практики на рабочие места ознакомить их в установленном порядке с правилами охраны труда и правилами внутреннего распорядка, действующими на предприятии. При этом продолжительность рабочего дня магистров при прохождении практики в организациях должна составлять для магистров в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю.

2. Отчетная документация магистров.

Отчет по практике должен состоять из следующих структурных элементов:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;

- основная часть, состоящая из двух глав;
- заключение;
- список литературы;
- приложения.

Текст отчета и иллюстративно-графический материал (таблицы, графики, схемы, рисунки) оформляются согласно методическим рекомендациям:

Обязательные структурные части, разделы отчета (их названия)	Форма изложения материала
Титульный лист документа	Содержит обязательные реквизиты. (см. Приложение 1)
ОГЛАВЛЕНИЕ	Перечень (список) наименований всех разделов, глав, параграфов, с указанием страниц, на которых они расположены. (см. Приложение 2)
ВВЕДЕНИЕ	Описать цели и задачи практики согласно методическим рекомендациям
Отчетная документация по первой части УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ практики (школьной)	1. Договор между Университетом и организацией – базой практики. 2. Направление стажера в организацию – базу практики.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Оформить текстом: Итог проделанной работы по объему и выполненным целям практики. Общие выводы и оценка работы психолога в психологическом центре.
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	Оформить текстом - списком: (15-20 источников) Перечисляются с порядковой нумерацией письменные источники, которыми пользовался магистр во время прохождения практики (нормативно-правовые акты, учебники, учебные пособия, диагностические методики, интернет-источники и др.)

При направлении лиц с ограниченными возможностями здоровья в организацию или предприятие для прохождения предусмотренной учебным планом практики, Университет согласовывает с организацией (предприятием) условия и виды труда. 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 студентом-инвалидом трудовых функций.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура (всё – в стандартной комплектации для лабораторных занятий и самостоятельной работы); доступ к Интернету.

VII. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Нормативно-технические документы

При прохождении практики в организациях магистр должен усвоить основные нормативно-технические документы:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки и связи с общественностью (квалификация (степень) «магистр»), утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528.

2. Программа практики магистров по направлению подготовки магистров **42.04.01** «Реклама и

связи с общественностью».

При прохождении практики магистр должен усвоить компьютерные технологии, обеспечивающие реализацию процессов социальных коммуникаций, основные методы научных исследований, проведения эксперимента, оценки полученных результатов, оформления отчетов по НИР и ОКР. При этом широко используется арсенал выставочных стендов, специализированной контрольно-измерительной техники, вычислительной и компьютерной техники со специализированным программным обеспечением.

Для прохождения практики и подготовки отчета о ней магистру может потребоваться следующее программное обеспечение (платные, условно-бесплатные или демо-версии): АBBYU Finereader, АBBYU Lingvo, Adobe Acrobat Reader, Adobe Photoshop, AllFusion Process Modeler (BPWin), Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Project, Microsoft Publisher, Microsoft Visio, Microsoft Word, Opera, Microsoft Internet Explorer, Promt, SwiffChart Pro, Консультант+/ Гарант/ Кодекс.

Перечень учебной литературы и интернет-ресурсов, необходимых для проведения практик

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
6.1. Рекомендуемая литература (не старше 15 лет)			
6.1.1. Основная литература			
<i>(из библиотек lib.lunn.ru, http://biblioclub.ru, http://urait.ru)</i>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Архангельская И.Б., Мезина Л.Г., Архангельская А.С.	Интегрированные маркетинговые коммуникации.	М.: РИОР, ИНФРА-М, 2020.
Л1.2	Архангельская И.Б., Ротанова М.Б.	Методические указания по написанию выпускной квалификационной работы (бакалавриат, магистратура): электронная версия.	Н. Новгород: НГЛУ, 2020.
Л1.3	Емельянов, С. М.	Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов.	М.: Юрайт, 2020.
Л1.4	Кириллова Н.Б.	Медиалогия. 2-е изд., стер	М.; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 420 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494602 (дата обращения: 10.12.2020).
Л1.5	Кирия И.Б., Новикова А.А.	История и теория медиа: учебник для вузов.	М : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753
Л1.6	Малышева Е.Г.,	Методология и методы	Омск : Омский

	Рогалева О.С.	медиаисследований: учебное пособие	государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2017. – 132 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563025
Л1.7	Синяева И.М.	Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров.	М.: Издательство Юрайт, 2020
Л1.8	Чумиков А.Н.	1. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студ. вузов.	М.: Аспект Пресс, 2018. (Учебник нового поколения).

6.1.2. Дополнительная литература

(литература из электронных ресурсов и печатные варианты из библиотеки НГЛУ)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Ачкасова В. А.	Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов/ под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп.	— Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453280 (д
Л2.2		2. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой	. М. : Юнити, 2015.
Л2.3	Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие		Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. — Таганрог : Южный федеральный университет, 2016. — Ч. 2. — 76

			с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030
Л2.4		Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой. –	Москва : Юнити, 2015. – 504 с. – (Magister). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438
Л2.5	Карпова С.В.	Финансовый маркетинг: теория и практика. Учебное пособие для магистров.	М.: Юрайт. Серия : Магистр. 2014.
Л2.6	Кириллова, Н.Б.	Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие :	Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 185 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869
Л2.7		Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов/ под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр.	М.: Издательство Юрайт, 2020.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] URL: http://www.akarussia.ru/
Э2	Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью URL: http://pracademy.ru/files/upload/07/8a/Российский%20кодекс%20профессиональных%20и%20этических%20принципов%20в%20PR%20РАСО.pdf
Э3	Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // URL: www.advertology.ru .
Э4	Сервис для создания и редактирования видео. URL: www.movavi.ru/videoeditor
Э5	Сервис для создания и редактирования видео. URL: www.supra.ru
Э6	Федеральный Закон РФ «О Рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ [электронный ресурс] / URL: http://www.consultant.ru/popular/advert/
Э7	Федеральный Закон РФ «О Средствах массовой информации» (Закон о СМИ) от 27.12. 1991 № 2124-1 (действующая редакция от 01.09.2013) / [электронный ресурс] / URL http://www.consultant.ru/popular/smi/

Оформление титульного листа дневника практики
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
Высшего профессионального образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет
им. Н.А. Добролюбова»

О Т Ч Е Т
о прохождении (название вида практики)
практики

Магистра _____
(Ф.И.О. полностью)

факультета _____ курса _____

группы _____ форма обучения: _____
(очная, заочная)

дом, адрес и телефон _____

Место проведения практики
_____ города _____
(базовое учреждение)

Сроки проведения практики
с «__» _____ по «__» _____ 20__ г.

Руководитель базового учреждения (центра)

(указать должность, Ф.И.О. полностью)

Специалист базового учреждения _____
(указать должность, Ф.И.О. полностью)

Адрес и телефон базового учреждения _____

Руководитель практики:
Руководитель от университета _____
Зав. кафедрой _____

Нижегород
2014

Образец Оглавления отчета по учебно-ознакомительной практики

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ (*указываются причины выбора определенной организации в качестве базы практики, формулируются цель и задачи практики ее продолжительность*)

1. Общая характеристика организации - базы прохождения практики
2. Должностные обязанности практиканта
3. Индивидуальное задание стажера
4. Индивидуальный план (дневник) практики
5. Общекультурные и профессиональные компетенции, приобретенные в процессе практики
6. Анализ основных проблем, сопровождавших прохождение практики
7. Рекомендации по совершенствованию форм и методов деятельности организации – базы практики
8. Элементы практики как эмпирическая основа научных работ разного уровня (курсовых, дипломных).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ (*приводятся общие выводы по всем составляющим практики*)

СПИСОК ЛИТЕРАТУР

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет имени
Н.А. Добролюбова»



Производственная (преддипломная) практика (наименование дисциплины)

рабочая программа практики

Закреплена за кафедрой рекламы, связей с общественностью и туризма

Учебный план

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса (магистратура)

Квалификация **магистр**

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108

в том числе:

контактная работа 4

самостоятельная работа 104

Виды контроля в семестрах (на курсах):

Зачет с оц. 5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	5		Итого	
Неделя	9 5/6 нед			
Вид занятий	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки
Контактная работа	4	4	4	4
Самостоятельная работа	104	104	104	104
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

кан. филос. наук, доцент Ротанова М.Б.

Рецензент(ы):

д. филол. н., доцент Архангельская И.Б.

Рабочая программа дисциплины

Производственная (преддипломная) практика

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 08.06.2017 № 528.

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса (магистратура)

утвержденного Учёным советом вуза от 16.06.2022г., протокол №13.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью и туризма

Протокол от 10.06.2022 г. № 13

Срок действия программы: 2022-2023 уч.г.

Зав. кафедрой кан. филос. наук, доцент Ротанова М.Б.

(уч. степень, уч. звание, Ф.И.О)



1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Цель: Совершенствование навыков научно-исследовательской работы, оформление ее результатов; завершение выполнения выпускной квалификационной работы (ВКР).
Задачи освоения практики: Сформировать представление о научном исследовании в сфере рекламы, связей с общественностью интегрированных коммуникаций.
Изучить подходы к поиску источников для научного исследования
Овладеть техникой мониторинга информационного поля конкретной организации
Ознакомиться с правилами оформления библиографии
Собрать материал, который необходим для написания выпускной квалификационной работы.
Сформировать список литературы по изучаемой проблематике
Рассмотреть возможности использования общенаучных и прикладных методов исследования по своей теме.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП:	Б2.О.03(Пд)
Производственная практика проводится в 4 семестрах (3 з.е., и входит в обязательную часть Блока 2 «Практика»).	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1	Все дисциплины магистратуры
.1	
2	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2	<ul style="list-style-type: none">Подготовка к написанию ВКР
.1	
2.2	<ul style="list-style-type: none">Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
.2	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Указать шифр компетенции и ее расшифровку из ФГОС ВО (для ФГОС ВО 3++ дополнительно указать шифр индикатора достижения компетенций и его расшифровку)

Знать:

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

Уровень Пороговых	обучающий слабо знает, как осуществить критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Высокий	обучающийся с незначительными затруднениями знает, как осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Повышенный	обучающийся с требуемой степенью полноты и точности умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уметь:	
Уровень Пороговых	обучающий слабо умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Высокий	... обучающийся с незначительными затруднениями умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень	обучающийся с требуемой степенью полноты и точности умеет осуществлять

Повышенный	критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне знает способы руководства работой команды и выработки командной стратегии для достижения поставленной цели
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне знает способы руководства работой команды и выработки командной
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне знает способы руководства работой команды и выработки командной
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Уровень	обучающий на хорошем уровне умеет организовывать и руководить работой

Высокий	команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне умеет организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками организации и руководства работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне владеет навыками организации и руководства работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне владеет навыками организации и руководства работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне знает, как применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне знает, как применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет современными коммуникативными технологиями, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет современными коммуникативными технологиями, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет современными коммуникативными технологиями, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	
Знать:	

Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает основы социокультурного и межкультурного взаимодействия
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает основы социокультурного и межкультурного взаимодействия
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает основы социокультурного и межкультурного взаимодействия
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне умеет анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
Уровень Повышенный обучающий на высоком уровне умеет анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
Владеть:	
Уровень Пороговый обучающий на базовом уровне владеет навыками анализа и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками анализа и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками анализа и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания	

	медиа текстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне умеет анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиа текстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Владеть:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками анализа многообразных достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиа текстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками анализа многообразных достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиа текстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками анализа многообразных достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиа текстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиа тексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	
Знать:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне знает, как анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиа тексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиа тексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне знает, как анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиа тексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уметь:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне умеет анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиа тексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиа тексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне умеет анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиа тексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Владеть:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиа тексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиа тексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиа тексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	
Знать:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне знает, как анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования,

Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне должен владеть навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне должен владеть навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	
Знать:	
Уровень Порогов ый	обучающий на базовом уровне знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности
Уметь:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне умеет осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, а также умеет применять при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, а также умеет применять при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне умеет осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, а также умеет применять при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности
Владеть:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, при разработке и реализации коммуникационного продукта следует принципам социальной ответственности
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, при разработке и реализации коммуникационного продукта следует принципам социальной ответственности
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, при разработке и реализации коммуникационного продукта следует принципам социальной ответственности
ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	
Знать:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Повышен ный	...обучающий на высоком уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уметь:	
Уровень Порогов ый	...обучающий на базовом уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Повышен ный	...обучающий на высоком уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Владеть:	
Уровень Порогов ый	обучающий на базовом уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень Повышен ный	...обучающий на высоком уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	
Знать:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уметь:	
Уровень Порогов ый	обучающий на базовом уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью

Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
Уровень Повышенный обучающий на высоком уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Пк-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, ● современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень	... обучающий на хорошем уровне знает

Высокий	<ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Повышенный	<p>... обучающий на высоком уровне знает</p> <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уметь:	
Уровень Пороговый	<p>обучающий на базовом уровне умеет использовать</p> <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, ● современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Высокий	<p>... обучающий на хорошем уровне умеет использовать</p> <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Повышенный	<p>... обучающий на высоком уровне умеет использовать</p> <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Владеть:	
Уровень Пороговый	<p>... обучающий на базовом уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки</p>
Уровень Высокий	<p>... обучающий на хорошем уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки</p>
Уровень Повышенный	<p>... обучающий на высоком уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки</p>
ПК-5. Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций	
Знать:	
Уровень Пороговый	<p>... обучающий на базовом уровне знает, как руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций</p>
Уровень Высокий	<p>... обучающий на хорошем уровне знает, как руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций</p>
Уровень Повышенный	<p>... обучающий на высоком уровне знает, как руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций</p>
Уметь:	
Уровень Пороговый	<p>... обучающий на базовом уровне умеет руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций</p>
Уровень Высокий	<p>... обучающий на хорошем уровне умеет руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций</p>
Уровень Повышенный	<p>... обучающий на высоком уровне умеет руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций</p>
Владеть:	
Уровень Пороговый	<p>... обучающий на базовом уровне владеет навыками руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы</p>

ый	и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем	
Знать:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне знает способы разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает способы разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне знает способы разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уметь:	
Уровень Порогов ый	обучающий на базовом уровне умеет разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне умеет разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем
Владеть:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Повышен ный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации	
Знать:	
Уровень Порогов ый	... обучающий на базовом уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень	... обучающий на хорошем уровне должен знать способы оценки качества и

Высокий	эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Данная Программа разработана в соответствии с Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ с изменениями 2015-2020 гг.; «Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры», утвержденным приказом Минобрнауки России от 19 декабря 2013 г. № 1367, Трудовым кодексом Российской Федерации, Положением о порядке проведения практики магистров образовательных учреждений высшего профессионального образования, утвержденным приказом Минобрнауки России от 27.03.2003 г. № 1154, Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) магистр), утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528 (далее – ФГОС ВО);, и определяет виды, порядок организации и материально-техническое обеспечение проведения практик обучающихся, осваивающих основную образовательную программу высшего профессионального образования.

Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383, и приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 декабря 2017 г. № 1225 «О внесении изменений в Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383».

«Производственная (преддипломная)» обучающихся в НГЛУ является составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования подготовки магистров и представляет собой вид учебной работы, непосредственно ориентированной на навыков научного исследования.

Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения, приобретение общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых в работе по направлению подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью.

Цели, задачи, а также требования к организации и проведению практики определены учебным планом, составленным в соответствии с действующими ФГОС ВПО.

Сроки проведения практики установлены в соответствии с учебным планом, календарным учебным графиком и с учетом требований ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) магистр).

Проведение практики осуществляется на основе договоров между Университетом и соответствующими организациями, которые определяются выпускающей кафедрой или могут проводиться на кафедре рекламы, связей с общественностью и туризма.

II. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

Способы организации практики: стационарные.

Стационарные практики проводятся в структурных подразделениях НГЛУ или на предприятиях (в учреждениях, организациях), расположенных в Нижнем Новгороде. Возможна практика на предприятиях в других городах Российской Федерации.

Формы проведения практики

Производственная (преддипломная) практика проводится в форме внеаудиторной работы в профильных подразделениях государственных, коммерческих или общественных организаций.

Практика проходит на выпускающей кафедрой под руководством научного руководителя. . Практика осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения,

согласно утвержденному учебному плану

Содержание и порядок прохождения производственной (практики НИР)

Производственная (преддипломная) практика по направлению подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью проводится в 4 семестре во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью министерств и ведомств, местных администраций, в аппаратах политических партий и неправительственных объединений, фондах, консалтинговых центрах и рекламных агентствах. .

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью министерств и ведомств, местных администраций, в аппаратах политических партий и неправительственных объединений, фондах, консалтинговых центрах и рекламных агентствах.

Таблица - План работы

Содержание и порядок прохождения практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	Подготовительный этап	Изучение методических рекомендаций по написанию ВКР; - встреча с научным руководителем по ВКР.
2.	Основной этап	Составление библиографического списка литературы; - уточнение методологического аппарата исследования; - уточнение введения к работе, выводов по главам, заключения; - коррекция общего текста ВКР; - подготовка презентации по тексту ВКР.
3.	Заключительный этап	Подготовка речи для выступления на защите; - встреча с рецензентом по ВКР. - подготовка ответов на замечания по ВКР. - сдача текста ВКР в ГЭК.

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу магистров
1	Ознакомительная лекция	собеседование с магистром о цели и задачах практики; заполнение отчетно-правовой документации, сопровождающей прохождение практики; срез-контроль на знание основных пунктов Положения о практике.
2	Инструктаж по технике безопасности	Контроль усвоения магистрами правил и норм безопасного прохождения практики.
3	Планирование работы	Составление плана работы и его согласование с научным руководителем.
4.	Завершение работы над библиографией по теме.	Библиография по исследуемой теме на русском и английском языке. Минимум 60 источников.
5.	уточнение	Описание общенаучных и прикладных методов

	методологического аппарата исследования;	исследования
6.	Уточнение введения к работе, выводов по главам, заключения; - коррекция общего текста ВКР.	Написание введения ВКР, глав и заключения.
7.	Подготовка презентации по тексту ВКР.	Презентация (12 – 14 слайдов)
8.	Встреча с рецензентом по ВКР.	Получение рецензии и обсуждение замечаний.
9.	Подготовка ответов на замечания по ВКР.	Текст с ответами на замечания
10.	Сдача текста ВКР в ГЭК	Подготовка распечатанного и сброшюрованного текста ВКР.
11.	Защита отчета по практике	Защита отчета в устной форме. Возможно, с презентацией в Power Point.

V. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

1. Руководство практиками. Обязанности лиц, отвечающих за прохождение практики

Заведующий кафедрой выполняет следующие функции:

- закрепляет нагрузку по руководству практикой магистров за преподавателями кафедры;
- обеспечивает выполнение графика проведения практик;
- участвует в проведении организационных собраний магистров;
- контролирует проведение практик;
- организует изучение и подбор баз практик;
- при содействии администрации университета налаживает контакты с руководством учреждений, организаций и предприятий для получения разрешения на прохождение практик магистрами.
- осуществляет контроль за распределением магистров по базам практик;
- заслушивает отчет руководителя практик от университета о проделанной работе;
- участвует в обсуждении отчета о практиках на заседании кафедры и вносит свои предложения по разработке мероприятий по улучшению руководства практиками;
- обеспечивает руководителя практиками от университета учебно-методической документацией.

Руководитель практики от университета обязан:

До начала практики:

- ознакомиться с базой прохождения практики с целью определения возможностей выполнения магистрами поставленных перед ним задач (не позднее, чем за неделю до проведения организационного собрания);
- подготовить проект приказа о распределении магистров по базам практик (за 2 недели до начала каждого вида практики);
- провести организационное собрание по вопросам прохождения практик, на котором обсудить со магистрами задание на предстоящую практику, выдать направления и другую необходимую документацию (не позднее, чем за 1 неделю до начала практики);
- установить связь с руководителями практики от базовой организации и совместно с ними составить рабочую программу проведения практики;
- обеспечить проведение всех организационных мероприятий, касающихся приема магистра на базе практики: согласование с руководителями практики от базовой организации места и режима работы практикантов, их прав и обязанностей, возможностей доступа к необходимой документации, возможностей временной работы на вакантных штатных должностях; решение проблем оформления пропусков для магистра на время практики;

- познакомить магистров со специалистами принимающей стороны непосредственно на местах прохождения практик и т. д.;

В ходе практики:

- обеспечивать прохождение практик в строгом соответствии с учебным планом и программой, посещать объекты практики в установленные кафедрой дни;

- осуществлять контроль над обеспечением необходимых условий труда магистров в ходе практики;

- осуществлять контроль над соблюдением сроков практики и ее содержанием;

- консультировать магистров в ходе практики по вопросам выполнения индивидуального задания, составления отчета о практике, оказывать методическую помощь магистрам в сборе материалов к дипломной работе;

- совместно с руководителями практики базовой организации нести ответственность за соблюдение магистрами правил техники безопасности.

После окончания практики:

- обеспечить сбор отчетов о практиках и дневников практикантов;

- проверить отчеты магистров о прохождении практики, выставить оценки за прохождение практик в ведомости и зачетные книжки магистров;

- сдать отчеты и дневники прохождения практики магистров на кафедру;

- обеспечить и организовать сохранность отчетной документации по практикам согласно нормативным документам;

- провести собрание (конференцию) со магистрами об итогах прохождения каждого вида практик;

- представить заведующему кафедрой информацию об итогах проведения практики, включая замечания по ее организации и предложения по совершенствованию практической подготовки магистров.

Администрация базы практик (принимающей стороны):

- обязана организовать и контролировать прохождение практики магистрами в соответствии с групповым или индивидуальным заданием;

- обязана обеспечить условия, необходимые для успешного прохождения практик магистрами, организовать и провести ее в соответствии с Положением и заданиями закрепленных за ними магистров. В этих целях они назначают из числа своих сотрудников руководителя практики от базовой организации (как правило, руководителя организации, его заместителя или одного из ведущих специалистов), обеспечивающих непосредственное руководство ее проведением и работающих в тесном контакте с руководителями практики;

- при наличии вакантных должностей магистры могут зачисляться на них, если работа соответствует требованиям программы практики.

Руководитель практики магистров от принимающей стороны обязан:

- ознакомить магистров с особенностями деятельности данного учреждения (организации), с условиями труда и материально-техническим оснащением базы практик с организацией работы на конкретном рабочем месте;

- определить (совместно с руководителем практики от университета) цели, задачи и объём работы практики для каждого магистра;

- контролировать соблюдение практикантами производственной дисциплины и сообщать в университет обо всех случаях нарушения ими правил внутреннего трудового распорядка;

- участвовать в оценке качества работы путём внесения пометок в дневники магистров о прохождении практики;

- дать отзыв о выполнении программы практики закрепленных за ними магистров, включающий замечания и предложения по ее организации (в последний день практики);

- с момента зачисления магистров в период практики на рабочие места ознакомить их в установленном порядке с правилами охраны труда и правилами внутреннего распорядка, действующими на предприятии. При этом продолжительность рабочего дня магистров при прохождении практики в организациях должна составлять для магистров в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю.

2. Отчетная документация магистров.

Отчет по практике должен состоять из следующих структурных элементов:

- титульный лист;

- оглавление;

- введение;
- основная часть, состоящая из двух глав;
- заключение;
- список литературы;
- приложения.

Текст отчета и иллюстративно-графический материал (таблицы, графики, схемы, рисунки) оформляются согласно методическим рекомендациям:

Обязательные структурные части, разделы отчета (их названия)	Форма изложения материала
Титульный лист документа	Содержит обязательные реквизиты. (см. Приложение 1)
ОГЛАВЛЕНИЕ	Перечень (список) наименований всех разделов, глав, параграфов, с указанием страниц, на которых они расположены. (см. Приложение 2)
ВВЕДЕНИЕ	Описать цели и задачи практики согласно методическим рекомендациям
Отчетная документация по первой части УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ практики (школьной)	1. Договор между Университетом и организацией – базой практики. 2. Направление стажера в организацию – базу практики.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Оформить текстом: Итог проделанной работы по объему и выполненным целям практики. Общие выводы и оценка работы психолога в психологическом центре.
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	Оформить текстом - списком: (15-20 источников) Перечисляются с порядковой нумерацией письменные источники, которыми пользовался магистр во время прохождения практики (нормативно-правовые акты, учебники, учебные пособия, диагностические методики, интернет-источники и др.)

При направлении лиц с ограниченными возможностями здоровья в организацию или предприятие для прохождения предусмотренной учебным планом практики, Университет согласовывает с организацией (предприятием) условия и виды труда. 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 студентом-инвалидом трудовых функций.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура (всё – в стандартной комплектации для лабораторных занятий и самостоятельной работы); доступ к Интернету.

VII. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Нормативно-технические документы

При прохождении практики в организациях магистр должен усвоить основные нормативно-технические документы:

1.Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки и связи с общественностью (квалификация (степень) «магистр»), утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528.

2. Программа практики магистров по направлению подготовки магистров **42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»**.

При прохождении практики магистр должен усвоить компьютерные технологии, обеспечивающие реализацию процессов социальных коммуникаций, основные методы научных исследований, проведения эксперимента, оценки полученных результатов, оформления отчетов по НИР и ОКР. При этом широко используется арсенал выставочных стендов, специализированной контрольно-измерительной техники, вычислительной и компьютерной техники со специализированным программным обеспечением.

Для прохождения практики и подготовки отчета о ней магистру может потребоваться следующее программное обеспечение (платные, условно-бесплатные или демо-версии): АBBYU Finereader, АBBYU Lingvo, Adobe Acrobat Reader, Adobe Photoshop, AllFusion Process Modeler (BPWin), Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Project, Microsoft Publisher, Microsoft Visio, Microsoft Word, Opera, Microsoft Internet Explorer, Prompt, SwiffChart Pro, Консультант+/ Гарант/ Кодекс.

Перечень учебной литературы и интернет-ресурсов, необходимых для проведения практик

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
6.1. Рекомендуемая литература (не старше 15 лет)			
6.1.1. Основная литература (из библиотек lib.lunn.ru , http://biblioclub.ru , http://urait.ru)			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Архангельская И.Б., Мезина Л.Г., Архангельская А.С.	Интегрированные маркетинговые коммуникации.	М.: РИОР, ИНФРА-М, 2020.
Л1.2	Архангельская И.Б., Ротанова М.Б.	Методические указания по написанию выпускной квалификационной работы (бакалавриат, магистратура): электронная версия.	Н. Новгород: НГЛУ, 2020.
Л1.3	Емельянов, С. М.	Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов.	М.: Юрайт, 2020.
Л1.4	Кириллова Н.Б.	Медиалогия. 2-е изд., стер	М.; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 420 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494602 (дата обращения: 10.12.2020).
Л1.5	Кирия И.Б., Новикова А.А.	История и теория медиа: учебник для вузов.	М : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753

Л1.6	Мальшева Е.Г., Рогалева О.С.	Методология и методы медиаисследований: учебное пособие	Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2017. – 132 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563025
Л1.7	Синяева И.М.	Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров.	М.: Издательство Юрайт, 2020
Л1.8	Чумиков А.Н.	1. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студ. вузов.	М.: Аспект Пресс, 2018. (Учебник нового поколения).

6.1.2. Дополнительная литература

(литература из электронных ресурсов и печатные варианты из библиотеки НГЛУ)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Ачкасова В. А.	Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов/ под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп.	— Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534- 08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453280 (д
Л2.2		2. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой	. М. : Юнити, 2015.
Л2.3	Дрокина, К.В. Рынок информационно - коммуникацион ных технологий и организация продаж : учебное пособие		Южный федеральный университет, Инженерно- технологическая академия. – Таганрог : Южный федеральный университет,

			2016. – Ч. 2. – 76 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030
Л2.4		Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой. –	Москва : Юнити, 2015. – 504 с. – (Magister). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438
Л2.5	Карпова С.В.	Финансовый маркетинг: теория и практика. Учебное пособие для магистров.	М.: Юрайт. Серия : Магистр. 2014.
Л2.6	Кириллова, Н.Б.	Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие :	Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 185 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869
Л2.7		Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов/ под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр.	М.: Издательство Юрайт, 2020.
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] URL: http://www.akarussia.ru/		
Э2	Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью URL: http://pracademy.ru/files/upload/07/8a/Российский%20кодекс%20профессиональных%20и%20этических%20принципов%20в%20PR_РАСО.pdf		
Э3	Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // URL: www.advertology.ru .		
Э4	Сервис для создания и редактирования видео. URL: www.movavi.ru/videoeditor		
Э5	Сервис для создания и редактирования видео. URL: www.supra.ru		
Э6	Федеральный Закон РФ «О Рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ [электронный ресурс] / URL: http://www.consultant.ru/popular/advert/		
Э7	Федеральный Закон РФ «О Средствах массовой информации» (Закон о СМИ) от 27.12. 1991 № 2124-1 (действующая редакция от 01.09.2013) / [электронный ресурс] / URL http://www.consultant.ru/popular/smi/		

Оформление титульного листа дневника практики
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
Высшего профессионального образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет
им. Н.А. Добролюбова»

О Т Ч Е Т
о прохождении (название вида практики)
практики

Магистра _____
(Ф.И.О. полностью)

факультета _____ курса _____

группы _____ форма обучения: _____
(очная, заочная)

дом, адрес и телефон _____

Место проведения практики
_____ города _____
(базовое учреждение)

Сроки проведения практики
с «__» _____ по «__» _____ 20__ г.

Руководитель базового учреждения (центра)

(указать должность, Ф.И.О. полностью)

Специалист базового учреждения _____
(указать должность, Ф.И.О. полностью)

Адрес и телефон базового учреждения _____

Руководитель практики:
Руководитель от университета _____
Зав. кафедрой _____

Нижегород
2014

Образец Оглавления отчета по учебно-ознакомительной практики

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ (*указываются причины выбора определенной организации в качестве базы практики, формулируются цель и задачи практики ее продолжительность*)

1. Общая характеристика организации - базы прохождения практики
2. Должностные обязанности практиканта
3. Индивидуальное задание стажера
4. Индивидуальный план (дневник) практики
5. Общекультурные и профессиональные компетенции, приобретенные в процессе практики
6. Анализ основных проблем, сопровождавших прохождение практики
7. Рекомендации по совершенствованию форм и методов деятельности организации – базы практики
8. Элементы практики как эмпирическая основа научных работ разного уровня (курсовых, дипломных).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ (*приводятся общие выводы по всем составляющим практики*)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ