

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Институт мировой экономики и бизнеса Экономического факультета

Программа учебной (научно-исследовательской) практики

Наименование практики: учебная (научно-исследовательская)

**Рекомендуется для направления подготовки 42.03.01. Реклама и связи с
общественностью**

Профиль подготовки

Управление связями с общественностью

Квалификация (степень) выпускника

Магистр

1. Цели научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

Целями научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью являются проведение комплекса практических и научно-исследовательских работ, направленных на закрепление и углубление теоретической подготовки обучающихся, а также приобретение ими практических навыков и компетенций в сфере профессиональной аналитической деятельности.

2. Задачи научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

Задачами научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью являются:

- развитие у студентов комплексного системного коммуникационного мышления;
- ознакомление с особенностями использования различных PR-инструментов продвижения;
- решение комплексных задач междисциплинарного характера, использующих основы дисциплин по теории и практике управления в рекламе и PR;
- освоение работы с разнообразными источниками информации, умение систематизировать и обобщать полученные в результате исследования выводы;
- развитие навыков презентации и защиты результатов выполненной работы.

Задачи научно-исследовательской практики, соотносятся со следующими видами и задачами профессиональной деятельности:

- участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;
- участие в организации и проведении социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы, организации, товаров и услуг;
- проведение рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг; сбор, обработка и анализ полученных данных;
- подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; обработка и подготовка данных для анализа;
- сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью; составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов; написание аналитических справок, обзоров, прогнозов, статей.

3. Место научно-исследовательской практики в структуре ООП магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

Научно-исследовательская практика представляет собой базовую часть цикла ООП Блок 2 «Практики и научно-исследовательская работа» и базируется на знаниях, умениях, навыках, полученных в ходе изучения учебных дисциплин базовой части ООП: Digital-маркетинг, Аналитическое обеспечение PR-проектов, Коммуникационный практикум (Мастер-классы), Научно-исследовательская работа, Оценка эффективности PR-деятельности, Производственная практика, Психология менеджмента, Современные концепции менеджмента, Технологии GR, Технологии IR, Управление коммуникационными проектами, Учебно-проектная практика.

Прохождение научно-исследовательской практики необходимо в качестве предшествующей формы учебной работы для дальнейшей подготовки к написанию выпускной магистерской диссертации.

4. Формы проведения научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

Научно-исследовательская практика проводится по следующим формам:

- работа студентов с материалами сферы практической деятельности, которая непосредственно связана с материалом исследования выпускной квалификационной работы;
- осуществление исследовательской деятельности в рамках индивидуального задания;
- выполнение заданий по теме выпускной квалификационной работы.

5. Место и время проведения научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

Научно-исследовательская практика проводится на кафедре рекламы и бизнес-коммуникаций ИМЭБ.

Продолжительность научно-исследовательской практики – 2 недели.

Проведение практики – в течение третьего семестра.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

В результате прохождения данной научно-исследовательской практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

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

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

ПКО-2 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам)

ПКО-3 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации).

7. Структура и содержание научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

Общая трудоемкость научно-исследовательской практики составляет 3 зачетных единиц 108 часа.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость в часах					Формы текущего контроля
		Инструктаж	Лекции	Сбор материала	Исследование материала	Систематизация материала и написание статьи	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>		<i>6</i>	<i>7</i>
1.	Вводная лекция по организации и содержанию практики: - права и обязанности студента на практике; - правила составления отчетных документов по практике; - инструктаж по технике безопасности.	2	2				Контрольный опрос

3.	Учебно-ознакомительный этап. Сбор информации.			16		16	Контрольный опрос
4.	Выполнение индивидуального задания				45		Контрольный опрос
5.	Формирование отчета в соответствии с требованиями кафедры и программы научно-исследовательской практики					26	Консультация, проверка отчета
5.	Аттестация					1	Защита отчета

8. Научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на научно-исследовательской практике магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

Прохождение научно-исследовательской практики базируется на основных образовательных технологиях в виде лекций и самостоятельной работы студентов.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на научно-исследовательской практике магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

Самостоятельная работа студентов на практике поддерживается консультациями руководителей практики от кафедры и организации.

Для успешного прохождения практики и аттестации студенту необходимо самостоятельно ознакомиться:

- с нормативно-правовой литературой, регламентирующей деятельность организации в соответствии с содержанием практики;
- учебной литературой, рекомендованной программой практики;
- определить формы представления результатов своей работы на практике.

Типовое задание научно-исследовательской практики может включать в себя:

- проведение научного исследования по теме ВКР

- написание реферативной части статьи

Проведение эмпирического исследования

Написание текста статьи

Выбор издания для публикации

Предоставление статьи в редакцию издания для рецензирования и публикации

Подготовка отчета по практике

10. Формы промежуточной аттестации (по итогам научно-исследовательской практики) магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

Итогом научно-исследовательской практики является формирование и защита отчета в установленные сроки в соответствии с графиком учебного процесса – во время зимней сессии третьего семестра. По результатам защиты отчета студенту выставляется итоговая аттестация.

В отчете должны быть приведены все полученные материалы, анализ полученных данных. Отчет оформляется на листах формата А4 (210x297 мм) с титульным листом, сопровождается листом с оглавлением (перед основным текстом отчета) и листом со списком использованных источников (после основного текста отчета), а также приложениями.

При оформлении отчета необходимо использовать информацию и знания, полученные в процессе прохождения практики. Кроме этого необходимо использовать сведения и информацию из научно-технической, справочной и учебной литературы.

Отчет по практике является основным документом, характеризующим работу студента во время практики. Отчет составляется в соответствии с реально выполненной программой практики и выбранной тематикой.

Работу над формированием отчета следует начинать во время практики и продолжать по мере накопления материала.

Рекомендуемая структура отчета:

- Титульный лист
- Оглавление
- Введение
- Содержательная часть, в соответствии с заданием на практику
- Заключение
- Список используемой литературы
- Приложения

Во введении указываются цели и задачи практики, а также приводятся вопросы индивидуального задания.

В содержательной части отчета должна быть грамотно и сжато изложена информация о проведенном исследовании, дан общий обзор самостоятельно проделанной работы с описанием достигнутых результатов.

В заключении должны быть отмечены основные результаты практики, дана личная оценка проведенной исследовательской работы.

Отчет должен быть подписан студентом и руководителями практики от кафедры.

Отчет оформляется на листах бумаги формата А4. Объем отчета - от 10 до 15 стр. печатного текста. Объем отчета может быть увеличен за счет приложений.

Окончательно оформленный отчет проверяется руководителем практики от предприятия, дается письменный отзыв о работе студента с оценкой качества учебной подготовки студента и профессионального уровня выполнения заданий руководителя на предприятии.

При оценке итогов практики учитываются:

- качество выполнения отчета и ведения дневника практики;
- соблюдение сроков предоставления на кафедру необходимых документов и материалов по практике.

Критерии итоговой аттестации:

Шкала оценок:

Количество кредитов	Оценка	«Неудовлетворительно»		«Удовлетворительно»		«Хорошо»	«Отлично»	
	Оценка ECTS	F(2)	FX (2+)	E(3)	D(3+)	C (4)	B (5)	A (5+)
	Максимальная сумма баллов							
12	100	менее 30	30-50	51-60	61-68	69-85	86-94	95-100

«Отлично»:

- Студент не имеет замечаний по работе от руководителя базы практики;
- Представил оформленный соответствующим образом дневник, отчет по прохождению практики и положительный отзыв научного руководителя;
- Продемонстрировал всесторонне хорошие знания по основному и индивидуальному разделам практики;
- Качественно выполнил в процессе научно-исследовательской практики все задания, предусмотренные программой практики.

«Хорошо»:

- Студент не имеет серьезных замечаний по работе от руководителя практики;
- Представил оформленный соответствующим образом дневник, отчет по прохождению практики и положительный отзыв научного руководителя;
- Продемонстрировал уверенные знания материала, предусмотренные программой практики;
- В заполнении дневника и при ответе допущены незначительные ошибки.

«Удовлетворительно»:

- Студент, не имеет серьезных замечаний в отзыве научного руководителя;

- Представил оформленный дневник, отчет, отзыв; в оформлении дневника и отчета допущены ошибки.
- Продемонстрировал знание основных положений программы практики. Ответ неполный, без теоретического обоснования.

«Неудовлетворительно»:

- Студент допустил грубые нарушения в выполнении программы и соблюдении графика практики;
- Студент не продемонстрировал систематизированных знаний по программе практики, не представил весь перечень отчетной документации по практике.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

а) основная литература:

1. ФЗ РФ "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ
2. Гражданский кодекс Российской Федерации
3. ФЗ РФ N 381 от 28.12.2009 г. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации
4. ФЗ РФ №153 от 26.07.2006г. О защите конкуренции
5. ФЗ РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.03.2019) "О защите прав потребителей"
6. ФЗ РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 06.06.2019) "О средствах массовой информации"

б) дополнительная литература:

1. Таратухина, Ю. В. Деловые и межкультурные коммуникации/ Ю. В. Таратухина, З. К. Авдеева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 324 с. www.biblio-online.ru/book/B2B8927E-3F14-44DA-A3DE-80A1BFB73914.
2. Забродин, В. Ю. Социология и психология управления : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Ю. Забродин. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 147 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-09952-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/47699FE0-890E-45C3-81C6-69ACA59D7DD1
3. Шарков Феликс Изосимович. Правовые основы коммуникации в рекламе, связях с общественностью, журналистике [Текст/электронный ресурс] : Учебное пособие / Ф.И. Шарков, В.И. Захарова. - Электронные текстовые данные. - М. : Проспект, 2018, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-392-27750-6 : 400.00. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6258>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

ОС MS Windows (XP и выше), MS Office 2007

Телекоммуникационная учебно-информационная система РУДН
<http://esystem.rudn.ru/>
www.advertology.ru
www.sostav.ru
www.4p.ru
www.adindex.ru
www.raso.ru
<http://www.akarussia.ru>

12. Материально-техническое обеспечение научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

- Материально-техническое обеспечение научно-исследовательской практики следующее:
- Технологическое оборудование ИМЭБ;
- Компьютерное оборудование ИМЭБ;
- Демонстрационное оборудование: ноутбук, мультимедийный проектор, экран для защиты отчета по практике.

13. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по научно-исследовательской практике

Студентам до начала практики предоставляются методические материалы с подробным описанием этапов прохождения практики и требованиям к подготовке отчетной документации. Все документы, свидетельствующие о прохождении практики студентом, должны быть аккуратно оформлены и собраны в отдельную папку. В соответствии с действующими нормативными документами, форма и вид отчетности студентов о прохождении практики определяются высшим учебным заведением.

В качестве отчетных материалов о прохождении практик выступает отчет о прохождении практики, составленный по утвержденной форме. В установленный выпускающей кафедрой срок студент составляет письменный отчет в формате Microsoft Word (в рукописном виде отчеты не принимаются), оформленный в соответствии с методическими указаниями, отражающий степень выполнения программы, и представляет его в сброшюрованном виде вместе с другими отчетными документами руководителю практики от Университета.

Практика студента оценивается по следующим критериям:

- Согласование и утверждение индивидуального задания с научным руководителем по практике:
 - Содержательная часть отчета,
 - Соответствие отчета индивидуальному заданию или профильной подготовке специалиста,
 - Заполнение дневника практики,
 - Наличие отметок (замечаний) о прохождении практики со стороны студента,

- Соответствие содержания отчета программе практики;
- Отзыв научного руководителя практики от РУДН;
- Защита отчета по практике.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчики:

к.ф.н. доцент зав. кафедрой
рекламы и бизнес-коммуникаций



Трубникова Н.В.

Руководитель программы:

к.ф.н. доцент зав. кафедрой
рекламы и бизнес-коммуникаций



Трубникова Н.В.

Заведующий кафедрой:

Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций



Трубникова Н.В.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Институт мировой экономики и бизнеса Экономического факультета

Программа учебной (научно-исследовательской) практики

Наименование практики: учебная (научно-исследовательская)

**Рекомендуется для направления подготовки 42.03.01. Реклама и связи с
общественностью**

Профиль подготовки

Управление связями с общественностью

Квалификация (степень) выпускника

Магистр

1. Цели научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

Целями научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью являются проведение комплекса практических и научно-исследовательских работ, направленных на закрепление и углубление теоретической подготовки обучающихся, а также приобретение ими практических навыков и компетенций в сфере профессиональной аналитической деятельности.

2. Задачи научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

Задачами научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью являются:

- развитие у студентов комплексного системного коммуникационного мышления;
- ознакомление с особенностями использования различных PR-инструментов продвижения;
- решение комплексных задач междисциплинарного характера, использующих основы дисциплин по теории и практике управления в рекламе и PR;
- освоение работы с разнообразными источниками информации, умение систематизировать и обобщать полученные в результате исследования выводы;
- развитие навыков презентации и защиты результатов выполненной работы.

Задачи научно-исследовательской практики, соотносятся со следующими видами и задачами профессиональной деятельности:

- участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;
 - участие в организации и проведении социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы, организации, товаров и услуг;
 - проведение рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг; сбор, обработка и анализ полученных данных;
 - подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; обработка и подготовка данных для анализа;
 - сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью; составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов;
- написание аналитических справок, обзоров, прогнозов, статей.

3. Место научно-исследовательской практики в структуре ООП магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

Научно-исследовательская практика представляет собой базовую часть цикла ООП Блок 2 «Практики и научно-исследовательская работа» и базируется на знаниях, умениях, навыках, полученных в ходе изучения учебных дисциплин базовой части ООП: Digital-маркетинг, Аналитическое обеспечение PR-проектов, Коммуникационный практикум (Мастер-классы), Научно-исследовательская работа, Оценка эффективности PR-деятельности, Производственная практика, Психология менеджмента, Современные концепции менеджмента, Технологии GR, Технологии IR, Управление коммуникационными проектами, Учебно-проектная практика.

Прохождение научно-исследовательской практики необходимо в качестве предшествующей формы учебной работы для дальнейшей подготовки к написанию выпускной магистерской диссертации.

4. Формы проведения научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

Научно-исследовательская практика проводится по следующим формам:

- работа студентов с материалами сферы практической деятельности, которая непосредственно связана с материалом исследования выпускной квалификационной работы;
- осуществление исследовательской деятельности в рамках индивидуального задания;
- выполнение заданий по теме выпускной квалификационной работы.

5. Место и время проведения научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

Научно-исследовательская практика проводится на кафедре рекламы и бизнес-коммуникаций ИМЭБ.

Продолжительность научно-исследовательской практики – 2 недели.

Проведение практики – в течение третьего семестра.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

В результате прохождения данной научно-исследовательской практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

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

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

ПКО-2 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам)

ПКО-3 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации)

7. Структура и содержание научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

Общая трудоемкость научно-исследовательской практики составляет 3 зачетных единиц 108 часа.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость в часах					Формы текущего контроля
		Инструктаж	Лекции	Сбор материала	Исследование материала	Систематизация материала и написание статьи	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>		<i>6</i>	<i>7</i>
1.	Вводная лекция по организации и содержанию практики: - права и обязанности студента на практике; - правила составления отчетных документов по практике; - инструктаж по технике безопасности.	2	2				Контрольный опрос

3.	Учебно-ознакомительный этап. Сбор информации.			16		16	Контрольный опрос
4.	Выполнение индивидуального задания				45		Контрольный опрос
5.	Формирование отчета в соответствии с требованиями кафедры и программы научно-исследовательской практики					26	Консультация, проверка отчета
5.	Аттестация					1	Защита отчета

8. Научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на научно-исследовательской практике магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

Прохождение научно-исследовательской практики базируется на основных образовательных технологиях в виде лекций и самостоятельной работы студентов.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на научно-исследовательской практике магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

Самостоятельная работа студентов на практике поддерживается консультациями руководителей практики от кафедры и организации.

Для успешного прохождения практики и аттестации студенту необходимо самостоятельно ознакомиться:

- с нормативно-правовой литературой, регламентирующей деятельность организации в соответствии с содержанием практики;
- учебной литературой, рекомендованной программой практики;
- определить формы представления результатов своей работы на практике.

Типовое задание научно-исследовательской практики может включать в себя:

- проведение научного исследования по теме ВКР

- написание реферативной части статьи

Проведение эмпирического исследования

Написание текста статьи

Выбор издания для публикации

Предоставление статьи в редакцию издания для рецензирования и публикации

Подготовка отчета по практике

10. Формы промежуточной аттестации (по итогам научно-исследовательской практики) магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

Итогом научно-исследовательской практики является формирование и защита отчета в установленные сроки в соответствии с графиком учебного процесса – во время зимней сессии третьего семестра. По результатам защиты отчета студенту выставляется итоговая аттестация.

В отчете должны быть приведены все полученные материалы, анализ полученных данных. Отчет оформляется на листах формата А4 (210x297 мм) с титульным листом, сопровождается листом с оглавлением (перед основным текстом отчета) и листом со списком использованных источников (после основного текста отчета), а также приложениями.

При оформлении отчета необходимо использовать информацию и знания, полученные в процессе прохождения практики. Кроме этого необходимо использовать сведения и информацию из научно-технической, справочной и учебной литературы.

Отчет по практике является основным документом, характеризующим работу студента во время практики. Отчет составляется в соответствии с реально выполненной программой практики и выбранной тематикой.

Работу над формированием отчета следует начинать во время практики и продолжать по мере накопления материала.

Рекомендуемая структура отчета:

- Титульный лист
- Оглавление
- Введение
- Содержательная часть, в соответствии с заданием на практику
- Заключение
- Список используемой литературы
- Приложения

Во введении указываются цели и задачи практики, а также приводятся вопросы индивидуального задания.

В содержательной части отчета должна быть грамотно и сжато изложена информация о проведенном исследовании, дан общий обзор самостоятельно проделанной работы с описанием достигнутых результатов.

В заключении должны быть отмечены основные результаты практики, дана личная оценка проведенной исследовательской работы.

Отчет должен быть подписан студентом и руководителями практики от кафедры.

Отчет оформляется на листах бумаги формата А4. Объем отчета - от 10 до 15 стр. печатного текста. Объем отчета может быть увеличен за счет приложений.

Окончательно оформленный отчет проверяется руководителем практики от предприятия, дается письменный отзыв о работе студента с оценкой качества учебной подготовки студента и профессионального уровня выполнения заданий руководителя на предприятии.

При оценке итогов практики учитываются:

- качество выполнения отчета и ведения дневника практики;
- соблюдение сроков предоставления на кафедру необходимых документов и материалов по практике.

Критерии итоговой аттестации:

Шкала оценок:

Количество кредитов	Оценка	«Неудовлетворительно»		«Удовлетворительно»		«Хорошо»	«Отлично»	
	Оценка ECTS	F(2)	FX (2+)	E(3)	D(3+)	C (4)	B (5)	A (5+)
	Максимальная сумма баллов							
12	100	менее 30	30-50	51-60	61-68	69-85	86-94	95-100

«Отлично»:

- Студент не имеет замечаний по работе от руководителя базы практики;
- Представил оформленный соответствующим образом дневник, отчет по прохождению практики и положительный отзыв научного руководителя;
- Продемонстрировал всесторонне хорошие знания по основному и индивидуальному разделам практики;
- Качественно выполнил в процессе научно-исследовательской практики все задания, предусмотренные программой практики.

«Хорошо»:

- Студент не имеет серьезных замечаний по работе от руководителя практики;
- Представил оформленный соответствующим образом дневник, отчет по прохождению практики и положительный отзыв научного руководителя;
- Продемонстрировал уверенные знания материала, предусмотренные программой практики;
- В заполнении дневника и при ответе допущены незначительные ошибки.

«Удовлетворительно»:

- Студент, не имеет серьезных замечаний в отзыве научного руководителя;

- Представил оформленный дневник, отчет, отзыв; в оформлении дневника и отчета допущены ошибки.

- Продемонстрировал знание основных положений программы практики. Ответ неполный, без теоретического обоснования.

«Неудовлетворительно»:

- Студент допустил грубые нарушения в выполнении программы и соблюдении графика практики;

- Студент не продемонстрировал систематизированных знаний по программе практики, не представил весь перечень отчетной документации по практике.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

а) основная литература:

1. ФЗ РФ "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ

2. Гражданский кодекс Российской Федерации

3. ФЗ РФ N 381 от 28.12.2009 г. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации

4. ФЗ РФ №153 от 26.07.2006г. О защите конкуренции

5. ФЗ РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.03.2019) "О защите прав потребителей"

6. ФЗ РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 06.06.2019) "О средствах массовой информации"

б) дополнительная литература:

1. Таратухина, Ю. В. Деловые и межкультурные коммуникации/ Ю. В. Таратухина, З. К. Авдеева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 324 с.

www.biblio-online.ru/book/B2B8927E-3F14-44DA-A3DE-80A1BFB73914.

2. Забродин, В. Ю. Социология и психология управления : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Ю. Забродин. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 147 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-09952-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/47699FE0-890E-45C3-81C6-69ACA59D7DD1

3. Шарков Феликс Изосимович. Правовые основы коммуникации в рекламе, связях с общественностью, журналистике [Текст/электронный ресурс] : Учебное пособие / Ф.И. Шарков, В.И. Захарова. - Электронные текстовые данные. - М. : Проспект, 2018, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-392-27750-6 : 400.00. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6258>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

ОС MS Windows (XP и выше), MS Office 2007

Телекоммуникационная учебно-информационная система РУДН
<http://esystem.rudn.ru/>
www.advertology.ru
www.sostav.ru
www.4p.ru
www.adindex.ru
www.raso.ru
<http://www.akarussia.ru>

12. Материально-техническое обеспечение научно-исследовательской практики магистратуры направления Реклама и связи с общественностью.

- Материально-техническое обеспечение научно-исследовательской практики следующее:
- Технологическое оборудование ИМЭБ;
- Компьютерное оборудование ИМЭБ;
- Демонстрационное оборудование: ноутбук, мультимедийный проектор, экран для защиты отчета по практике.

13. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по научно-исследовательской практике

Студентам до начала практики предоставляются методические материалы с подробным описанием этапов прохождения практики и требованиям к подготовке отчетной документации. Все документы, свидетельствующие о прохождении практики студентом, должны быть аккуратно оформлены и собраны в отдельную папку. В соответствии с действующими нормативными документами, форма и вид отчетности студентов о прохождении практики определяются высшим учебным заведением.

В качестве отчетных материалов о прохождении практик выступает отчет о прохождении практики, составленный по утвержденной форме. В установленный выпускающей кафедрой срок студент составляет письменный отчет в формате Microsoft Word (в рукописном виде отчеты не принимаются), оформленный в соответствии с методическими указаниями, отражающий степень выполнения программы, и представляет его в сброшюрованном виде вместе с другими отчетными документами руководителю практики от Университета.

Практика студента оценивается по следующим критериям:

- Согласование и утверждение индивидуального задания с научным руководителем по практике:
 - Содержательная часть отчета,
 - Соответствие отчета индивидуальному заданию или профильной подготовке специалиста,
 - Заполнение дневника практики,
 - Наличие отметок (замечаний) о прохождении практики со стороны студента,

- Соответствие содержания отчета программе практики;
- Отзыв научного руководителя практики от РУДН;
- Защита отчета по практике.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчики:

к.ф.н. доцент зав. кафедрой
рекламы и бизнес-коммуникаций



Трубникова Н.В.

Руководитель программы:

к.ф.н. доцент зав. кафедрой
рекламы и бизнес-коммуникаций



Трубникова Н.В.

Заведующий кафедрой:

Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций



Трубникова Н.В.