

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

Филологический факультет

Рекомендовано МССН

ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

**Наименование практики: научно-исследовательская работа
(получение первичных навыков научно-исследовательской работы)**

Рекомендуется для направления подготовки/специальности:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль): Управление бизнес-коммуникациями

Квалификация выпускника: магистр рекламы и связей с общественностью

1. Цели научно-исследовательской практики:

- целенаправленная работа над организацией и проведением PR-кампании в зависимости от типа и темы выпускной квалификационной работы;
- научное исследование различных аспектов функционирования отечественных и зарубежных PR-агентств (история, теория, организация деятельности рекламного агентства, методика мониторинга СМИ, этические и правовые основы СМИ, экономика, социология, язык и стиль написания PR-материалов), а также других видов коммуникационных агентств на основе самостоятельно разработанной методологии и методики, получение теоретически и практически значимых результатов, выводов;
- участие в организации и проведении мероприятий для представителей СМИ;
- формирование устойчивых навыков использования компьютерной техники и графических редакторов в рамках PR-деятельности.

2. Задачи научно-исследовательской практики:

- ознакомление студентов с этапами подготовки и написания выпускной квалификационной работы;
- формирование представления студентов относительно совмещения их научной и будущей профессиональной деятельности;
- выработка адекватных профессиональных установок к практической деятельности будущего научного работника;
- подготовка научных статей, докладов, сообщений (по результатам собственных исследований), а также публикаций в прессе;
- составление обзоров исследований в соответствующей области, реферирование литературы, рецензирование научных публикаций;
- готовность аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности;
- разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования.

3. Место практики в структуре ОП ВО магистратуры:

Научно-исследовательская работа относится к обязательной части блока 2.

В таблице № 1 приведены предшествующие дисциплины, направленные на формирование компетенций практики в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО. Прохождение научно-исследовательской работы необходимо как предшествующая дисциплина для написания выпускной квалификационной работы.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Универсальные компетенции			
1.	УК-1	1. Социальные проекты в media 2. Внутрикorporативные коммуникации 3. Политические коммуникации 4. Психология управления 5. Организация работы	Научно-исследовательская практика

		агентства рекламы и СО	
2.	УК-2	1. Социальные проекты в media 2. Внутрикorporативные коммуникации 3. Политические коммуникации 4. Психология управления 5. Организация работы агентства рекламы и СО 6. Брендменеджмент 7. Медиаэкономика	Научно-исследовательская практика
3.	УК-3	1. Психология управления 2. Деловое общение и этикет 3. Медиаменеджмент 4. Управление агентством и связями с общественностью.	Научно-исследовательская практика
4.	УК-4	1. Деловое общение и этикет 2. Психология управления	Научно-исследовательская практика
5.	УК-5	1. Межкультурная коммуникация 2. Психология управления 3. Media Relations 4. Деловое общение и этикет	Научно-исследовательская практика
6.	УК-6	1. Межкультурная коммуникация 2. История и теория media 3. Социальные проекты в media 4. Социологические исследования 5. Технологии графического дизайна	Научно-исследовательская практика
Общепрофессиональные компетенции			
1.	ОПК-1	1. Межкультурная коммуникация 2. Социальные проекты в media 3. Внутрикorporативные коммуникации 4. Политические коммуникации 5. Иностранный язык 6. Современные технологии в рекламе и PR	Научно-исследовательская практика
2.	ОПК-2	1. Межкультурная коммуникация 2. Деловое общение и этикет 3. История и теория media 4. Социальные проекты в media	Научно-исследовательская практика
3.	ОПК-3	1. Внутрикorporативные коммуникации 2. Сетевые media 3. Межкультурная коммуникация 4. История и теория media	Научно-исследовательская практика
4.	ОПК-4	1. Межкультурная коммуникация 2. Медиаменеджмент 3. Внутрикorporативные	Научно-исследовательская практика

		коммуникации 4. Политические коммуникации	
5.	ОПК-5	1. Медиаменеджмент 2. Управление агентством и связями с общественностью 3. Межкультурная коммуникация 4. Социальные проекты в media	Научно-исследовательская практика
6.	ОПК-6	1. Технологии графического дизайна 2. Медиаменеджмент	Научно-исследовательская практика
7.	ОПК-7	1. Теория и практика PR и рекламы 2. Управление агентством и связями с общественностью 3. Media Relations	Научно-исследовательская практика

4. Место и время проведения научно-исследовательской работы: кафедра массовых коммуникаций, а также работа студентов в архивах, ведущих библиотеках, культурных центрах, участие в круглых столах, участие в конференциях по интересующей тематике. 5 модуль 2 курс (9 нед.) 3 ЗЕ 108 ак. час; 6 модуль 2 курс (4 нед.) 6 ЗЕ 216 ак. час.

5. Компетенции обучающегося, формируемые в результате научно-исследовательской работы

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника программы магистратуры
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск и критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции выпускника программы магистратуры
Продукт профессиональной деятельности	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
Общество и государство	ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции выпускника программы магистратуры
	общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Культура	ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Медиакоммуникационная система	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
Технологии	ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Эффекты	ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

В результате прохождения научно-исследовательской работы студент должен

Знать: основные этапы проведения рекламной и PR-кампаний, способы проведения мониторинга конкурентной среды, методы проведения анализа и оценки эффективности PR-кампаний, а также основы защиты имиджа и репутации организации от информационных угроз и опасностей

Уметь: квалифицированно провести самостоятельное авторское научное исследование:

- выделить актуальную проблему,
- четко сформулировать цель, задачи, объект и предмет исследования,
- разработать методологические основы исследования, выбрать релевантные методы его проведения,
- провести непосредственно само исследование,
- получить теоретически и практически значимые результаты

Быть способным: к эффективной работе в составе научно-исследовательского коллектива, сотрудничать со специалистами других областей знаний; а также быть способным к освоению новых исследовательских методов и технологий, к инновационному мышлению.

Владеть: навыками подготовки научного отчета, публикаций, выступать с научными докладами, сообщениями.

6. Структура и содержание научно-исследовательской работы

Общая трудоемкость научно-исследовательской работы составляет 9 зачетных единицы 324 ак. часа.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
-------	--------------------------	--	-------------------------

1	Подготовительный этап, включающий организационные мероприятия: установочную лекцию, инструктаж по технике безопасности, планирование практической работы.	Тема 1. Представление плана практической работы.	60	Обсуждение индивидуального задания.
2	Практический этап, включающий поэтапную работу по написанию статей, участию в пресс-конференциях и мастер-классах. Работа студентов в архивах, ведущих библиотеках, культурных центрах. Количество и объем материалов, определяются руководителем практики.	Тема 1. Практический этап, включающий поэтапную работу по сбору и подготовке материала для написания статей, участие в пресс-конференциях и мастер-классах. Количество и объем материалов, определяются руководителем практики. Тема 2. Предоставление индивидуальных заданий, дневников и отчетов практикантов, заверенных подписью научного руководителя /руководителя индивидуальной практики). Научный руководитель/руководитель практики предоставляет отзыв о своем дипломнике, в котором оценивает качество и регулярность проведенной работы.	264	Проверка выполненных заданий и комплектности документации.

7. Научно-исследовательские технологии, используемые на научно-исследовательской работе.

Во время прохождения практики со студентами проводятся организационные мероприятия, которые строятся преимущественно на основе интерактивных технологий (обсуждения, дискуссии и т.п.). Основными применяемыми педагогическими технологиями обучения, которые реализуются при прохождении практики, являются технологии оценивания учебных достижений, а также метод проектов – система обучения, при которой студенты приобретают знания в процессе планирования и выполнения постепенно усложняющихся практических заданий (проектов).

Студенты в собственной практической деятельности используют разнообразные научно-исследовательские и образовательные технологии. При выполнении заданий используются разнообразные технические устройства и программное обеспечение информационных и коммуникационных технологий.

8. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на научно-исследовательской работе

Методические рекомендации по оформлению отчета практиканта

Отчет по практике является основным документом обучающегося, отражающим выполненную им работу во время практики, приобретенные им компетенции.

Отчет по практике должен содержать:

1. Титульный лист;
2. Содержание;
3. Введение;
4. Основная часть;
5. Заключение;
6. Список использованных источников;
7. Приложения.

Объем отчета должен составлять 10–15 листов (без приложений) (шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – полуторный, все поля – 2 см, отступ – 1 см, выравнивание – по ширине, таблицы и схемы располагаются по тексту и нумеруются по разделам). Количество приложений не ограничивается и в указанный объем не включается.

Во введении должны быть отражены:

- цель, место и время прохождения практики (срок, продолжительность в неделях/раб. днях);
- последовательность прохождения практики, перечень работ, выполненных в процессе практики.

В основную часть отчета необходимо включить:

- описание организации работы в процессе практики;
- описание выполненной работы по разделам программы практики;
- описание практических задач, решаемых обучающимся за время прохождения практики;
- указания на затруднения, которые возникли при прохождении практики;
- изложение спорных вопросов, которые возникли по конкретным вопросам, и их решение.

Заключение должно содержать:

- описание знаний, умений, навыков (компетенций), приобретенных практикантом в период практики;
- характеристику информационно-программных продуктов, необходимых для прохождения практики;
- предложения и рекомендации обучающегося, сделанные в ходе практики.

К отчету также прилагаются:

- индивидуальное задание практиканта;
- дневник практиканта;
- заверенный отзыв (характеристика) руководителя по практике от организации (от Университета) о работе обучающегося-практиканта.

Отчет по практике, заверенный руководителем по практике от организации, должен быть представлен руководителю по практике от кафедры/департамента не более чем через две недели после окончания практики. Защита отчетов по практике проводится на кафедре/в департаменте в присутствии Комиссии из профессорско-преподавательского состава кафедры/департамента (не менее трех человек).

По результатам защиты отчета по практике обучающийся получает оценку по практике.

Обучающийся, получивший неудовлетворительную оценку за практику, не допускается к итоговой государственной аттестации.

9. Формы промежуточной аттестации (по итогам научно-исследовательской работы)

Предоставление практикантами отчетных документов:

1. Индивидуальное задание.
2. Дневник практиканта.
3. Отчет практиканта.

4. Отзыв научного руководителя или руководителя индивидуальной практики.
Отчет о прохождении научно-исследовательской работы оформляется в соответствии с общими требованиями, защищается перед научным руководителем, отвечающим за практику, (в срок не более трех дней после окончания практики), за что им оценивается; сдается руководителю практики (в срок не более семи дней после окончания практики).

Структура отчета:

Отчет оформляется в виде дневника практиканта, который выдается студенту перед началом прохождения практики.

Отчетная документация предоставляется руководителю практики и состоит из отчета и характеристики студента, составленной научным руководителем, отвечающим за практику, на основе качественного анализа деятельности практиканта и оценивания предоставленных им материалов.

10. Учебно-методическое и информационное обеспечение научно-исследовательской практики

1. Кириллова, В.Л. PR в некоммерческом секторе / В.Л. Кириллова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 127 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-3970-2 ; [Электрон-ный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=298176>
2. Музыкант, В.Л. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн и офлайн среда) : монография / В.Л. Музыкант, Д.С. Скнарев. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 270 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9709-2; Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=495064
4. Музыкант, В.Л. Управление брэнд-коммуникациями : монография / В.Л. Музыкант ; Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт). - 2-е изд., доп. и перераб. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 380 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9125-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464162>
5. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности : учебное пособие / М.Ю. Рогожин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 208 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-1578-2; Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253716>
6. Студеникин, Н. PR-защита бизнеса в корпоративных войнах: практикум победителя / Н. Студеникин. - Москва : Альпина Паблишерз, 2016. - 384 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9614-1440-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279189>
7. Умаров, М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила / М. Умаров ; ред. А. Черникова. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 230 с. : ил. - ISBN 978-5-9614-5746-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443019>

б) дополнительная

№ п/п	Наименование	Условия доступа
	<i>Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы</i>	
1.	Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН	<i>Из внутренней сети университета</i> http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web
2.	Электронно-библиотечная система Юрайт	https://biblio-online.ru/
3.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	http://www.biblioclub.ru
4.	ЭБС «Консультант студента»	www.studentlibrary.ru
5.	ЭБС «Лань»	http://e.lanbook.com/

	Интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)	
1.	Открытое образование	https://openedu.ru/
2.	Реферативная база данных SCOPUS	http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/

в) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. IPRA | International Public Relations Association
www.ipra.org
2. International Association of Business Communicators | IABC
www.iabc.com
3. ICCO - International Communications Consultancy Organisation
www.iccopr.com
4. World association for market, social and opinion research - ESOMAR
www.esomar.org
5. Public Relations Resources & PR Tools for Communications Professionals: Public Relations Society of America (PRSA)
www.prsa.org
6. Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России -
<http://corpmedia.ru/>
7. Ассоциация Коммуникационных Агентств России
www.akarussia.ru
8. Российская ассоциация по связям с общественностью
www.raso.ru
9. Р.А.М.У. - btl форум, маркетинг, рекламный рынок, новости рекламы
www.ramu.ru

г) программное обеспечение:

1. Пакет программ Microsoft Office : Word, Excel, PowerPoint, Outlook.
2. Интернет-браузеры (Firefox, Opera, Google Chrome, Internet Explorer, Яндекс Браузер).

11. Материально-техническое обеспечение научно-исследовательской практики

Аудитория с мультимедийными средствами, оснащенное ПК с возможностями выхода в Интернет.

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по научно-исследовательской работе прилагается отдельным файлом.

13. Рецензию на программу практики и ФОС предоставил генеральный директор ООО «Лев Медиа Продакшн» И.В. Богачев.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчик:




доцент кафедры массовых коммуникаций

Руководитель программы

доцент кафедры массовых коммуникаций

Заведующий кафедрой массовых коммуникаций

профессор кафедры массовых коммуникаций

 Р.А. Савастенко
 Р.А. Савастенко
 В.В. Барабаш

Программа одобрена на заседании Ученого Совета филологического факультета от 23.06.2020 года, протокол № 12