

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 08.04.2022 11:00:43
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d89108307396730780f1a989dca18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»
Институт мировой экономики и бизнеса экономического факультета**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП) – разработчика ОП ВО)

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Преддипломная

(наименование практики)

преддипломная

(вид практики: учебная, производственная)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.04.01. Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Практическая подготовка обучающихся ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Рекламный менеджмент

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2022 г.

1. ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Целью проведения «Преддипломной практики» является:

- закрепление, расширение и систематизация знаний, полученных за время теоретического обучения;
- формирование умения применять теоретические знания в профессиональной деятельности;
- расширение практических навыков самостоятельной и научно-исследовательской работы, а также необходимых общекультурных и профессиональных компетенций;
- получение практических профессиональных навыков по направлению Реклама и связи с общественностью квалификации «Магистр»;
- сбор материала для выполнения выпускной квалификационной работы.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ИТОГАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Проведение «Преддипломной практики» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при прохождении практики (результатов обучения по итогам практики)

| Шифр | Компетенция | Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины) |
|------|--|---|
| УК-1 | Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий | <p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие;</p> <p>УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи;</p> <p>УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;</p> <p>УК-1.4. Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;</p> <p>УК-1.5. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте.</p> |
| УК-2 | Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла | <p>УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта;</p> <p>УК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения;</p> <p>УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы;</p> <p>УК-2.4. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;</p> <p>УК-2.5. Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля.</p> |
| УК-3 | Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели | <p>УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p>УК-3.2. Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели;</p> <p>УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата;</p> <p>УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды;</p> <p>УК-3.5. Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели;</p> <p>УК-3.6. Участвует в командной работе по выполнению поручений.</p> |

| | | |
|------|---|--|
| УК-4 | Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия | <p>УК-4.1. Выбирает стиль делового общения, в зависимости от языка общения, цели и условий партнерства;</p> <p>УК-4.2. Адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;</p> <p>УК-4.3. Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач на русском и иностранном языках;</p> <p>УК-4.4. Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции;</p> <p>УК-4.5. Использует диалог для сотрудничества в академической коммуникации общения с учетом личности собеседников, их коммуникативно-речевой стратегии и тактики, степени официальности обстановки;</p> <p>УК-4.6. Формирует и аргументирует собственную оценку основных идей участников диалога (дискуссии) в соответствии с потребностями совместной деятельности.</p> |
| УК-5 | Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия | <p>УК-5.1. Интерпретирует историю России в контексте мирового исторического развития;</p> <p>УК-5.2. Находит и использует при социальном и профессиональном общении информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп;</p> <p>УК-5.3. Учитывает при социальном и профессиональном общении по заданной теме историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения;</p> <p>УК-5.4. Осуществляет сбор информации по заданной теме с учетом этносов и конфессий, наиболее широко представленных в точках проведения исследования;</p> <p>УК-5.5. Обосновывает особенности проектной и командной деятельности с представителями других этносов и (или) конфессий;</p> <p>УК-5.6. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.</p> |

| | | |
|-------|--|---|
| УК-6 | Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки | УК-6.1. Контролирует количество времени, потраченного на конкретные виды деятельности; УК-6.2. Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей; УК-6.3. Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи; УК-6.4. Распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения. |
| УК-7 | Цифровая грамотность | УК-7.1. Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; УК-7.2. Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных. |
| 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 | ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. |
| | | ОПК-1.2 Умеет разрабатывать организационный план производства медиатекстов\медиапродуктов или коммуникационных продуктов |
| | | ОПК-1.3 Создает востребованные индустрией рекламы и связей с общественностью тексты и (или) иных коммуникационные продукты с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и 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 | ОПК-2.1 Знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов |
| | | ОПК-2.2 Умеет анализировать тенденции и причинно следственные связи в развитии общественных и государственных институтов |
| | | ОПК-2.3 Создает медиатексты и (или) медиапродукты с учетом результатов анализа тенденций и причинно-следственных связей в развитии общественных и государственных институтов |
| ОПК-3 | Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и | ОПК-3.1 Знает содержание этапов и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса |
| | | ОПК-3.2 Умеет анализировать достижения отечественной и мировой культуры |

| | | |
|-------|--|---|
| | (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | ОПК-3.3 Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом результатов анализа достижений отечественной и мировой культуры |
| ОПК-4 | Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты | ОПК-4.1 Знает методологию, методику и технику социологических и маркетинговых исследований |
| | | ОПК-4.2 Умеет интерпретировать данные социологических\маркетинговых исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп и составлять прогноз спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в разных целевых аудиториях |
| | | ОПК-4.3 Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом выявленных потребностей общества и интересов целевой аудитории. |
| 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 | ОПК-5.1 Знает политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, правовые и этические нормы регулирования |
| | | ОПК-5.2 Умеет анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира |
| | | ОПК-5.3 Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования |
| ОПК-6 | Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии | ОПК-6.1 Знает характеристики современных технических средств и возможности информационно-коммуникационных технологий в сфере медиапроизводства |
| | | ОПК-6.2 Умеет отбирать эффективные цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение для процесса медиапроизводства |
| | | ОПК-6.3 Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты при помощи современных цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения |
| ОПК-7 | Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности | ОПК-7.1 Знает принципы социальной ответственности профессиональной деятельности, методы оценки и прогнозирования возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере. |
| | | ОПК-7.2 Умеет формировать систему оценочных показателей возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере. |

| | | |
|-------|---|--|
| | | ОПК-7.3 Прогнозирует возможные эффекты и оценивает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты на соответствие принципам социальной ответственности |
| ОПК-8 | Общепрофессиональная компетенция в области цифровой экономики, единая для всех образовательных программ магистратуры направления подготовки | ОПК-8.1 Знает цифровые технологии, методы и способы технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ |
| | | ОПК-8.2 Умеет вводить и обрабатывать текстовые данные, сканировать и обрабатывать графическую информацию; использовать цифровые технологии, методы и способы технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ |
| | | ОПК-8.3 Владеет навыками использования цифровых технологий, методов и способов технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ; владеет навыками создания и ведения информационных баз данных; навыками размещения информации в цифровом пространстве |
| ПКО-1 | Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью | ПКО-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства |
| | | ПКО-1.2 Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры |
| | | ПКО-1.3 Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы |
| ПКО-2 | Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды | ПКО-2.1 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике. |
| | | ПКО-2.2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью |

| | | |
|-------|--|--|
| | | ПКО-2.3 Оценивает эффективность проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью |
| ПКО-3 | Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью | ПКО-3.1 Формулирует концепцию научного исследования |
| | | ПКО-3.2 Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации |
| | | ПКО-3.3 Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы |

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

«Преддипломная практика» относится к обязательной части.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают дисциплины и/или другие практики, способствующие достижению запланированных результатов обучения по итогам прохождения «Преддипломной практики».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов обучения по итогам прохождения практики

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|---|--|--|
| УК-1 | Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий | Маркетинговые исследования B2B - B2C рынков | Государственная итоговая аттестация |
| | | Управление медиамиксом | |
| | | Эффективность рекламных кампаний | |
| | | Психология управления коммуникациями | |
| УК-2 | Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла | Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии | Государственная итоговая аттестация |
| | | Интегрированные бренд-коммуникации | |
| УК-3 | Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели | Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии | Государственная итоговая аттестация |
| | | Психология управления коммуникациями | |
| УК-4 | Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия | Профессиональный иностранный язык | Государственная итоговая аттестация |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|-------------|--|--|---|
| УК-5 | Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия | Международные маркетинговые коммуникации | Государственная итоговая аттестация |
| УК-6 | Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки | Международные маркетинговые коммуникации | Государственная итоговая аттестация |
| | | HR-коммуникации | |
| УК-7 | Цифровая грамотность | Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR | Государственная итоговая аттестация |
| | | Digital-маркетинг | |
| 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 | Создание маркетингового контента | Государственная итоговая аттестация |
| ОПК-2 | Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в | Создание маркетингового контента | Государственная итоговая аттестация |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|-------------|--|--|---|
| | создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | | |
| ОПК-3 | Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | Международные маркетинговые коммуникации | Государственная итоговая аттестация |
| | | Создание маркетингового контента | |
| ОПК-4 | Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты | Интегрированные бренд-коммуникации | Государственная итоговая аттестация |
| | | Маркетинговые исследования B2B - B2C рынков | |
| | | Создание маркетингового контента | |
| | | Управление медиамиксом | |
| | | Коммуникационный практикум (мастер-класс) | |
| | | Эффективность рекламных кампаний | |
| | | Медиаменеджмент и медиамаркетинг | |
| ОПК-5 | Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических | Интегрированные бренд-коммуникации | Государственная итоговая аттестация |
| | | Управление медиамиксом | |
| | | Коммуникационный практикум (мастер-класс) | |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|-------------|---|--|---|
| | механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | Медиаменеджмент и медиамаркетинг | |
| ОПК-6 | Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии | Digital-маркетинг | Государственная итоговая аттестация |
| | | Создание маркетингового контента | |
| | | Управление медиамиксом | |
| ОПК-7 | Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности | Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR | Государственная итоговая аттестация |
| | | Создание маркетингового контента | |
| | | Эффективность рекламных кампаний | |
| | | Медиаменеджмент и медиамаркетинг | |
| | | Психология управления коммуникациями | |
| ОПК-8 | Общепрофессиональная компетенция в области цифровой экономики, единая для всех образовательных программ магистратуры направления подготовки | Digital-маркетинг | Государственная итоговая аттестация |
| ПКО-1 | Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью | Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии | Государственная итоговая аттестация |
| | | Медиаменеджмент и медиамаркетинг | |
| | | Психология управления коммуникациями | |
| ПКО-2 | Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом | Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR | Государственная итоговая аттестация |
| | | Digital-маркетинг | |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|-------|--|---|--|
| | специфики профессиональной среды | Интегрированные бренд-коммуникации | |
| | | Маркетинговые исследования B2B - B2C рынков | |
| | | Управление медиамиксом | |
| | | Эффективность рекламных кампаний | |
| ПКО-3 | Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью | Маркетинговые исследования B2B - B2C рынков | Государственная итоговая аттестация |

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость «Преддипломной практики» составляет 21 зачетных единиц (756 ак.ч.).

5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Таблица 5.1. Содержание практики*

| Наименование раздела практики | Содержание раздела (темы, виды практической деятельности) | Трудоемкость, ак.ч. |
|---|---|---------------------|
| Раздел 1. Вводная лекция по организации и содержанию практики | 1.1. Права и обязанности студента на практике; | 4 |
| | 1.2. Правила составления отчетных документов по практике; | 4 |
| | 1.3. Инструктаж по технике безопасности. | 4 |
| Раздел 2. Учебно-ознакомительный | 2.1. Общие сведения о компании/организации | 90 |
| | 2.2. Маркетинговые показатели организации | 90 |
| | 2.3. Показатели рекламной и PR-политики | 90 |
| Раздел 3. Ведение проектной деятельности | 3.1. Выполнение индивидуального задания | 90 |
| | 3.2. Выполнение коммуникационных задач | 90 |
| | 3.3. Сбор и систематизация информации | 90 |
| Раздел 4. Сбор материала для написания ВКР | 3.1. Сбор информации для написания ВКР | 90 |
| | 3.2. Реализация коммуникационной акции для написания ВКР. | 96 |
| Оформление отчета по практике | | 9 |
| Подготовка к защите и защита отчета по практике | | 9 |
| ВСЕГО: | | 756 |

* - содержание практики по разделам и видам практической подготовки ПОЛНОСТЬЮ отражается в отчете обучающегося по практике.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Материально-техническое обеспечение состоит из компьютерного оснащения организаций-баз практик и соответствующего программного обеспечения для решения конкретных практических задач на практике.

На базе РУДН учащиеся имеют доступ к следующему техническому оснащению:

- Доступ к ЭИОС для получения методических материалов;
- Технологическое оборудование ИМЭБ;
- Компьютерное оборудование ИМЭБ;
- Демонстрационное оборудование: ноутбук, мультимедийный проектор, экран для защиты отчета по практике.

7. СПОСОБЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

«Производственная практика» может проводиться как в структурных подразделениях РУДН или в организациях г. Москвы (стационарная), так и на базах, находящихся за пределами г. Москвы (выездная).

Проведение практики на базе внешней организации (вне РУДН) осуществляется на основании соответствующего договора, в котором указываются сроки, место и условия проведения практики в базовой организации.

Сроки проведения практики соответствуют периоду, указанному в календарном учебном графике ОП ВО. Сроки проведения практики могут быть скорректированы при согласовании с Управлением образовательной политики и Департамент организации практик и трудоустройства обучающихся в РУДН.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Основная литература:

1. 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>

2. Чумиков Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд: учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп.; Электронные текстовые данные. - М.: Аспект Пресс, 2014, 2016, 2017. - 159 с. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0717-5. - ISBN 978-5-7567-0819-6 : 220.00. <https://lib.rudn.ru/MegaPro/Download/MObject/3546>

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. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 233 с. — (Серия: Ба-калавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF90362.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН
<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации
<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS
<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

- информационный портал www.advertology.ru

- информационный портал www.sostav.ru

- информационный портал www.4p.ru

- информационный портал www.adindex.ru

- информационный портал www.raso.ru

- информационный портал <http://www.akarussia.ru>

*Учебно-методические материалы для прохождения практики, заполнения дневника и оформления отчета по практике *:*

1. Правила техники безопасности при прохождении «Преддипломной практики» (первичный инструктаж).

2. Общее устройство и принцип работы технологического производственного оборудования, используемого обучающимися при прохождении практики; технологические карты и регламенты и т.д. (при необходимости).

3. Методические указания по заполнению обучающимися дневника и оформлению отчета по практике.

4. Нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия (организации), на котором проходит профессионально-ознакомительной практику студент

* - все учебно-методические материалы для прохождения практики размещаются в соответствии с действующим порядком на странице практики **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ИТОГАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам прохождения «Преддипломной практики» представлены в Приложении к настоящей Программе практики (модуля). <https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=10259>

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН (положения/порядка).

РАЗРАБОТЧИКИ:

**Доцент кафедры рекламы и
бизнес-коммуникаций**

Глаголева А.В.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

**Кафедра рекламы и бизнес-
коммуникаций**

Трубникова Н.В.

Наименование БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

**Заведующая кафедрой
рекламы и бизнес-
коммуникаций**

Трубникова Н.В.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.