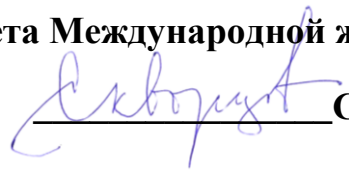
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ (УНИВЕРСИТЕТ) МИД РОССИИ»

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ
КАФЕДРА РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

«УТВЕРЖДАЮ»
Декан факультета Международной журналистики



_____Скворцов Я.Л.

«26» марта 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

Направление подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование магистерской программы
Новые медиа и стратегические коммуникации

Квалификация
Магистр

Форма обучения
Очная

Москва
2024

Рабочая программа производственной практики «Преддипломная практика» разработана в соответствии с требованиями Образовательного стандарта высшего образования МГИМО МИД России (далее – ОС ВО МГИМО МИД России) второго поколения (на основе ФГОС ВО 3++) по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, одобренного решением Ученого совета МГИМО МИД России от 13 июня 2019 года № 13/19 (в последней редакции).

Автор(ы) программы: _____ (Н.Р. Масумова, к.эконом.н, доцент)

Директор Научной библиотеки МГИМО
им. И.Г. Тюлина _____ (М.В. Решетникова)

Начальник Управления по работе
со студентами и выпускниками_____ (А.Ю. Подшивалов)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Рекламы и связей с общественностью Факультета Международной журналистики МГИМО МИД России.

Протокол заседания от «18» января 2024 г. № 4

Подпись и.о. зав. кафедрой: _____ (Н.Р. Масумова, к.эконом.н, доцент)

Оглавление

Аннотация программы практики 4

1. Основные характеристики практики 5

2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (в соответствии с Положением о ФОС) 5

3. Место практики в структуре образовательной программы....10

4. Структура и содержание практики 11

4.1. Объем практики и ее продолжительность....11

4.2. Объём практики по видам работ (в часах) 11

4.3 Содержание практики....11

4.4. Организация и руководство практикой 12

5. Отчетная документация по практике....14

5.1. Содержание и оформление Дневника практики 14

5.2. Содержание и оформление Отчета о прохождении практики 15

5.3. Содержание и оформление Отзыва о прохождении практики....16

6. Порядок промежуточной аттестации обучающихся по итогам....16

прохождения практики 16

7. Информационное и учебно-методическое обеспечение практики....19

7.1 Нормативно-правовые акты, ведомственные и корпоративные документы 19

7.2 Рекомендуемая литература 19

7.3 Программное обеспечение, базы данных, информационно-справочные и поисковые системы 20

8. Материально-техническое обеспечение практики....21

Приложение....23

Аннотация программы практики

Целью Преддипломной практики является закрепление и углубление теоретической подготовки обучающегося, приобретение и совершенствование практических навыков и компетенций, а также сбор, обобщение и анализ материала, необходимого для выполнения выпускной квалификационной работы в соответствии с избранной темой, углубление и закрепление теоретических знаний, практических умений и навыков, полученных в период обучения, а также подготовка к самостоятельной работе по специальности.

Задачи практики:

- закрепление, углубление и расширение теоретических знаний, профессиональных умений и практических навыков, полученных в процессе обучения в магистратуре;
- приобретение практических навыков аналитической работы (аналитика, расчеты, обобщения, выводы, рекомендации);
- приобретение практического опыта работы в команде, профессионального поведения и профессиональной этики;
- подтверждение актуальности и практической значимости выбранной темы квалификационной работы;
- осуществление сбора материалов для выпускной квалификационной работы.

1. Основные характеристики практики

1) Вид практики: **производственная;**

2) Тип производственной практики: **преддипломная**

3) Форма проведения практики: **дискретно.**

Место проведения практики

Обучающийся имеет право выбрать место практики из предложенного списка учреждений/организаций, имеющих договоры с МГИМО МИД России о прохождении производственной практики обучающихся МГИМО МИД России, а также предложить свое/свою учреждение/организацию для прохождения производственной практики. Организационная структура, кадровый состав, материально-техническая база данных учреждений/организаций должны позволять надлежащим образом обеспечить организацию практики в соответствии с целями и задачами, указанными в настоящей программе и с учетом профильной направленности образовательной программы.

2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (в соответствии с Положением о ФОС)

Коды компетенций	***Содержание компетенций***	***Индикаторы достижения компетенций***	***Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине***
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1 Знать: виды, методы и концепции критического анализа ИУК-1.2 Уметь: применять виды, методы и концепции критического анализа при выработке плана действий в проблемных ситуациях ИУК-1.3 Владеть: основными принципами,	Знания: логико-методологического инструментария для критической оценки современных концепций философского и социального характера в своей предметной области. Умения: разрабатывать и содержательно аргументировать стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов.

		определяющими цель и стратегию решения сложных ситуаций.	Навыки: анализа проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними.
ПК-1.	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ИПК-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функци-онального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационног о/ рекламного/ PR-агентства ИПК-1.2. Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ИПК-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью ИПК-1.4. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения	Знания: специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии; технологии организации коммуникационной работы. Умения: организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью. Навыки: работы и руководства подразделением/пред-приятием в сфере рекламы и связей с общественностью

		/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы	
ПК-2.	Способен разрабатывать и внедрять план стратегических коммуникаций для формирования имиджа и репутации организации/личности, выстраивания отношения с обществом и организациями, повышения конкурентоспособности и прибыльности, обеспечения политической, социальной и экономической успешности	ИПК-2.1 Владеет теоретическими аспектами понятия «стратегические коммуникации». ИПК-2.2 Осуществляет управление процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных проектов, направленных на формирование имиджа и репутации организации/личности, выстраивания отношения с обществом и организациями, повышения конкурентоспособности и прибыльности, обеспечения политической, социальной и экономической успешности.	Знания: теоретических аспектов понятия «стратегические коммуникации»; аналитических методов и инструментов для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта. Умения: осуществлять управление процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных проектов, направленных на формирование имиджа и репутации организации/личности, выстраивания отношения с обществом и организациями, повышения конкурентоспособности и прибыльности, обеспечения политической, социальной и экономической успешности. Навыки: проведения анализа ситуации и разработки проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПК-3.	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике. ИПК-3.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью	Знания: аналитических методов и инструментов для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта. Умения: применять на практике аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта. Навыки: проведения анализа ситуации и разработки проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.
ПК-4.	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с применением цифровых и сетевых технологий и коммуникаций	ИПК-4.1 Владеет инструментарием новых медиа. ИПК-4.2 Разрабатывает и реализует проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью с использованием особенностей и инструментов новых медиа. ИПК-4.3 Использует цифровые и сетевые технологии при анализе текущей ситуации и прогнозировании в сфере рекламы и связей с общественностью	Знания: инструментов новых медиа. Умения: разрабатывать и реализовывать проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью с использованием особенностей и инструментов новых медиа. Навыки: использования цифровых и сетевых технологий при анализе текущей ситуации и прогнозировании в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПК-5.	Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИПК-5.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИПК-5.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач ИПК-5.3. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны ИПК-5.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	Знания: основ, принципов и особенностей создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации. Умения: создавать планы, проекты и сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач. Навыки: использования различных каналов коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.
ПК-6.	Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ИПК-6.1. Формулирует концепцию научного исследования ИПК-6.2. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации ИПК-6.3. Получает, интерпретирует и представляет	Знания: методов социологических исследований для проведения научно-исследовательской работы в различных областях профессиональной деятельности. Умения: интерпретировать данные социологических исследований для осуществления научно-исследовательской работы в различных областях профессиональной

		результаты исследования, на основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы	деятельности. Навыки: работы с данными для проведения научного исследования в различных областях профессиональной деятельности, а также рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы.

3. Место практики в структуре образовательной программы

Преддипломная практика относится к Части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 2 «Практика» ОПОП ВО.

Преддипломная практика должна содействовать расширению и углублению у обучающихся знаний, умений и навыков, приобретаемых в ходе освоения основной профессиональной образовательной программы магистратуры.

В этой связи организация практической деятельности обучающихся ориентирована на такие аспекты, как:

знать:

- особенности рынка труда и занятости в сфере своей профессиональной деятельности;
- актуальные проблемы в сфере своей профессиональной деятельности;

уметь:

- интегрировать знания из различных областей профессиональной деятельности;
- осуществлять поиск, обработку, систематизацию и анализ профессионально значимой информации;
- проектировать инструментарий проводимых исследований, оценивать его результативность и критически интерпретировать полученные выводы;

владеть:

- способностью устанавливать факты и верифицировать явления и процессы, необходимые для иллюстрации и подтверждения выводов проводимого исследования;

- приемами составления и оформления различных жанров научного текста (отчетов, обзоров, рефератов, аннотаций, докладов, статей, диссертаций), библиографии и ссылок;
- навыками составления резюме и прохождения собеседования и переговоров с потенциальными работодателями.

Преддипломная практика проводится на 2 курсе в 4 семестре.

4. Структура и содержание практики

4.1. Объем практики и ее продолжительность

Объем практики составляет 21 зачетную единицу, 882 академ.часа.

4.2. Объём практики по видам работ (в часах)

Вид работы	Трудоемкость	
	Академические часы	Зачетные единицы
Общая трудоемкость	**882**	**21**
Контактная работа, всего	**4**	
В том числе аудиторная работа	4	
Самостоятельная работа, всего	**878**	
Вид промежуточной аттестации	Зачет с оценкой	

4.3 Содержание практики

Разделы (этапы) практики	**Виды работы**	**Трудоемкость (в часах)**		
		Контактная работа, часы	**В том числе аудиторная работа, часы**	**Самостоятельная работа, часы**
Подготовительный этап	Консультация по организации практики, получение индивидуального задания на практику. Ознакомительные и консультативные мероприятия, в том числе инструктаж по технике безопасности, ознакомление с местом практики и правилами внутреннего распорядка.	2	2	0
Основной этап	Выполнение индивидуального	0	0	878

	задания и участие в мероприятиях по месту прохождения практики. Сбор и анализ практического материала.			
Заключительный этап	Подготовка отчетной документации и защита результатов практики.	2	2	0

4.4. Организация и руководство практикой

Руководитель практики обеспечивает непрерывность и последовательность овладения у практикантов практическими основами профессиональной деятельности в соответствии с программой практики и индивидуальными планами практикантов.

Общее руководство практикой обеспечивает деканат факультета Международной журналистики. Учебно-методическое руководство практикой со стороны Факультета осуществляет выпускающая кафедра и научный руководитель практики.

Консультирование по вопросам Преддипломной практики и необходимое документальное ее сопровождение обеспечивает Управление по работе со студентами и выпускниками Университета.

Для организации, проведения и контроля прохождения практики деканатом факультета назначается руководитель практики из числа профессорско-преподавательского состава кафедры Медийной политики и связей с общественностью.

Организация, которая обеспечивает практику, из числа наиболее квалифицированных своих сотрудников по представлению факультета назначает руководителя практики со своей стороны. Руководители практики участвуют в уточнении программы практики, в составлении индивидуальных планов практики и совместных графиков проведения практики, организуют работу по ее проведению, участвуют в процедуре ее итоговой защиты.

Перед началом практики проводится организационное собрание, на котором обсуждаются: программа предстоящей практики; цель и задачи практики; права и обязанности практиканта; требования к оформлению отчетной документации по практике; порядок проведения защиты отчета по практике.

За руководителем практики закрепляются следующие полномочия:

- проводить необходимые организационные мероприятия по выполнению программы практики;

- осуществлять постановку задач по самостоятельной работе практикантов в период практики с выдачей индивидуальных заданий, оказывать соответствующую консультационную помощь;

- осуществлять систематический контроль за ходом практики и работой практикантов;

–проверять качество подготовленной практикантами отчетной документации;

–по результатам практики готовить отзыв о прохождении практики;

–оказывать помощь практикантам по всем вопросам, связанным с прохождением практики.

Во время прохождения практики практикант обязан:

– соблюдать правила внутреннего распорядка и техники безопасности, установленных в подразделениях и на рабочих местах в организациях, учреждениях и на предприятиях;

– своевременно выполнять все виды работ, предусмотренные графиком и индивидуальным планом работы практики;

– по завершению практики своевременно предоставлять отчетную документацию, на основании которой оценивается общий объем выполненной работы и степень ее эффективности и значимости.

Практикант имеет право:

- пользоваться научной библиотекой, информационными фондами и услугами Университета, необходимыми выполнения индивидуального задания во время практики и для подготовки отчетной документации по практике;

- по всем вопросам, возникающим в процессе практики, обращаться к руководителю практики от организации, обеспечивающей практику, и руководителю практики от факультета Международной журналистики, а также к сотрудникам Управления по работе со студентами и выпускниками Университета.

5. Отчетная документация по практике

По итогам прохождения Преддипломной практики к промежуточной аттестации, проводимой в форме зачета с оценкой, обучающиеся должны подготовить следующие документы:

1) дневник практики
2) отчет о прохождении практики
3) отзыв о прохождении практики.

5.1. Содержание и оформление Дневника практики

В дневник по практике записывается календарный план прохождения практики (в соответствии с содержанием практики и индивидуальным заданием). В дальнейшем в дневник записываются все реально выполняемые практикантом виды работ. Записи делаются каждый день. В дневнике также отмечается участие в общественной работе, производственные экскурсии, присутствие на производственных совещаниях, научно-исследовательская работа в период практики. Один раз в неделю практиканту необходимо предоставлять дневник на просмотр руководителю практики от соответствующей кафедры.

Дневник должен быть оформлен надлежащим образом. Практикант заносит полную информацию соответственно указанным графам. Практиканты в графах «прибыл на практику……20____г.» и «выбыл с практики……..20____г.» указывают даты начала практики и окончания практики. До начала практики практикант получает у руководителя практики от факультета индивидуальное задание. В графу «Выполнение заданий по программе» ежедневно заносится информация о деятельности практиканта на практике.

По окончании периода практики практикант подает дневник на подпись руководителю практики от организации и проставляет печать организации. Дневник по окончании периода прохождения практики сдается на выпускающую кафедру факультета Международной журналистики вместе с Отчетом о прохождении практики. После защиты оригинал Отзыва сдается в Управление по работе со студентами МГИМО МИД России. Дневник по практике и отчет хранится на выпускающей кафедре в течение 5 лет. Отзыв о практике хранится в личном деле обучающегося.

5.2. Содержание и оформление Отчета о прохождении практики

Отчет о прохождении практики является основным документом обучающегося, отражающим выполненную им работу во время практики, полученные им организационные и технические навыки и знания.

Отчет составляется в соответствии с программой практики к моменту ее завершения и включает общие сведения о месте прохождения практики и выполненной работе.

Изложение в Отчете должно быть сжатым, ясным и при необходимости сопровождаться цифровыми данными, схемами, графиками и диаграммами. Материал в Отчете представляется в следующей последовательности:

- титульный лист;
- содержание отчета;
- отчет о выполнении программы по отдельным разделам;
- приложения.

Изложение материалов в отчете должно быть последовательно, лаконично, логически связано. Отчет выполняется на компьютере на одной стороне листа А-4.

Отчет может состоять из двух частей: основной и приложений. Объем основной части отчета не должен превышать 25-30 страниц текста. Вторая часть представляет собой приложения к отчету и может включать схемы, графики, таблицы, документацию организации и т.д.

Основная часть и приложения к Отчету нумеруются сплошной нумерацией. Номер проставляется арабскими цифрами в нижнем правом углу страницы. Титульный лист не нумеруется.

На первом листе Отчета обучающийся ставит свою подпись и дату окончания работы над отчетом. Последний лист основного текста скрепляется печатью организации – места прохождения практики и подписью непосредственного руководителя практики от организации.

Текст оформляется в соответствии с требованиями делопроизводства, печатается через 1,5 интервала. Сверху страницы делается отступ примерно 20 мм, слева – 25 мм, справа 15 мм, снизу 20 мм. Абзацные отступы должны быть равны 5 знакам.

Текст должен быть разделен на разделы и подразделы. Все заголовки иерархически нумеруются. Номер помещается перед названием, после каждой

группы цифр ставится точка. В конце заголовка точка не ставится.

Допускается использование цветных рисунков, схем и диаграмм.

5.3. Содержание и оформление Отзыва о прохождении практики

Отзыв о прохождении практики содержит качественные характеристики прохождения практики обучающимся.

Отзыв печатается на бланке организации, подписывается руководителем практики со стороны организации и скрепляется печатью. В отдельных случаях допускается использование только фирменного бланка организации или только подписи наученного руководителя, заверенной печатью организации.

В Отзыве должны быть указаны фамилия, имя и отчество обучающегося, факультет, курс, место и сроки прохождения практики, а также отражены:

- характер выполняемых обучающимся работ;
- выполнялись ли данные работы самостоятельно или под руководством руководителя практики;
- полнота и качество выполнения программы практики;
- отношение обучающегося к выполнению заданий, получаемых в период практики;
- были ли поощрения или замечания во время практики;
- проявленные обучающимся интеллектуальные, профессиональные и личностные качества;
- как складывались отношения с коллективом организации;
- оценка работы обучающегося за период практики.

Формы Дневника практики, Отчета о прохождении практики, Отзыва о прохождении практики находятся в Приложении.

6. Порядок промежуточной аттестации обучающихся по итогам прохождения практики

По окончании практики организуется ее защита. Защиту практики принимает комиссия, назначаемая приказом по факультету. В состав комиссии входят заместитель декана факультета, научный руководитель магистерской программы, а также ведущие преподаватели кафедры Международной журналистики. В состав комиссии могут входить руководители практики от организаций. На заседаниях комиссии имеет право присутствовать начальник

Управления по работе со студентами и выпускниками. По результатам защиты обучающемуся выставляется зачет с оценкой.

В процессе защиты практики обучающийся знакомит комиссию с заданиями, которые им были выполнены, мероприятиями и проектами, в которых он принимал участие. В процессе защиты обучающемуся необходимо представить Отзыв, составленный руководителем практики от организации, надлежащим образом оформленный Дневник практики и основные положения Отчета о прохождении практики. В ходе защиты комиссия проверяет степень выполнения индивидуального плана, содержание и правильность оформления обучающимся Дневника практики и отчета о прохождении практики, теоретические знания и практические навыки обучающегося, полученные им в ходе практики, Отзыв о прохождении практики, а также качество ответов на вопросы в ходе защиты Отчета о прохождении практики.

Таблица 1 Критерии оценки сформированности УК-1, ПК-1 – ПК-6

Вид работы	Зачет/оценка	Описание критериев
Защита преддипломной практики	**зачтено/отлично A (90 -100%)**	Логически выстроенный и лексически грамотно изложенный, содержательный и аргументированный ответ, правильное использование теоретических и практических знаний в области Рекламы и связей с общественностью. Изложение содержания и порядка выполнения индивидуальных производственных заданий, полученных в ходе практики, и текущей работы. Проведение собственного анализа работы организации и формулирование выводов и предложений по совершенствованию работы организации. Оформление в соответствии с установленными требованиями Дневника практики и Отчета о прохождении практике. Положительный Отзыв о прохождении практики руководителя от организации. Оценка работы обучающегося руководителем практики от организации на оценку «отлично». Полные и ясные ответы на дополнительные вопросы о ходе практики.
	зачтено/хорошо	Логически выстроенный и

	B (82 – 89%)	лексически грамотно изложенный, но недостаточно аргументированный ответ, не всегда верное использование теоретических и практических знаний в области Рекламы и связей с общественностью. Наличие двух-трех недостатков в оформлении Дневника практики и Отчета о прохождении практики. Оценка работы обучающегося руководителем практики от организации – «хорошо». Неполные ответы на дополнительные вопросы о ходе практики.
	зачтено/хорошо **C (75 –81%)**	Незначительное нарушение логики изложения материала, допущение одной-двух ошибок в отношении фактов и/или терминологии. Оценка работы обучающегося руководителем практики от организации – «хорошо». Нечеткое изложение текущей работы во время практики. Значительные недостатки в оформлении Дневника практики и Отчета о прохождении практики. Неполные ответы на дополнительные вопросы о ходе практики.
	зачтено/удовлетворительно **D (67 – 74%)**	Незначительное нарушение логики изложения материала, допущение не более трех-четырех ошибок в отношении фактов и/или терминологии. Оценка работы обучающегося руководителем практики от организации – «удовлетворительно». Существенные недостатки в оформлении отчетных документов по практике. Неполные ответы на дополнительные вопросы о ходе практики.
	зачтено/удовлетворительно **E (60 – 66%)**	Значительное нарушение логики изложения материала, допущение более четырех ошибок в отношении фактов и/или терминологии. Оценка работы обучающегося руководителем практики от организации – «удовлетворительно». Существенные недостатки в оформлении отчетных документов по практике. Неполные ответы на дополнительные вопросы о ходе практики.
	Незачтено/неудовлетворительно **F (менее 60%)**	Отсутствие отчетных документов по практике. Отрицательный отзыв руководителя практики от организации. Оценка – «неудовлетворительно».

		Отсутствие на закрепленном месте практики.

7. Информационное и учебно-методическое обеспечение практики

7.1 Нормативно-правовые акты, ведомственные и корпоративные документы

1. Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 года
2. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 года № 2124-1.
3. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О Рекламе»
4. «Положение о практической подготовке обучающихся», утвержденное приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации № 885/390 от 05.08.2020 г.
5. Положение о практической подготовке обучающихся МГИМО МИД России, утвержденное решением Ученого совета 30 октября 2020 года. – URL: https://mgimo.ru/about/structure/kadr-adm-upr/students-alumni/practice/docs/charter/

7.2 Рекомендуемая литература

а) основная литература

1. Меньшиков П.В. Информационная политика России: учебное пособие / П.В. Меньшиков; МГИМО МИД России, Кафедра рекламы и связей с общественностью. – Москва: МГИМО-Университет, 2017. – 214 с. – URL: https://bibliocatalog.mgimo.ru:2107/index.php?page=book_red&id=486945; https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=486945
2. Меньшиков П.В. Бизнес-PR 4.0. Актуальные аспекты медийной политики в международном бизнесе: учебное пособие / П.В. Меньшиков; МГИМО МИД России, Кафедра рекламы и связей с общественностью. – Москва: МГИМО-Университет, 2018. – 320 с. – URL: https://bibliocatalog.mgimo.ru:2107/index.php?page=book_red&id=497838; https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497838
3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Аспект Пресс, 2017. – 160 с. – URL: https://bibliocatalog.mgimo.ru:2107/index.php?page=book_red&id=456579 ; https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=456579

б) дополнительная литература:

1. Федотова Л.Н. Связи с общественностью: теория и практика. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: Фак. журн. МГУ, 2019. – 192 с. – URL: http://www.journ.msu.ru/science/books/35028/

в) литература для факультативного чтения:

1. Гарнер Б. Эффективные письменные деловые коммуникации. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014 – 208 с.

7.3 Программное обеспечение, базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Интернет-ресурсы, базы данных:

№ п/п	Наименование	Характеристики ресурса
1.	ЭБС ZNANIUM «НИЦ ИНФРА-М» http://znanium.ru/	Доступ к базовой коллекции и книгам издательств-партнеров. Содержит книги, журналы, статьи из различных изданий (более 53 тыс.)
2.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» ООО «НексМедиа» https://biblioclub.ru/	Доступ к базовой коллекции, отдельным коллекциям издательств «Проспект», «Аспект Пресс», «Восточная книга». Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии, видео- и аудиоматериалы, художественную литературу (более 141 тыс. наименований). Также содержит книги издательства «МГИМО-Университет» с 2014 года по настоящее время и постоянно пополняется.
3.	ЭБС BOOK.RU «КноРус медиа» https://www.book.ru/	Базовая коллекция содержит более 23 тыс. учебников и монографий по 20 тематическим категориям.
4.	Образовательная платформа «Юрайт» https://urait.ru/	В подписке доступ ко всем научным изданиям и учебникам ВПО.
5.	Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Профессиональная версия системы установлена на 53 компьютерах читальных залов. Онлайн версия «КонсультантПлюс Студент» http://www.consultant.ru/edu/ находится в свободном доступе.	Российское законодательство, судебная практика, комментарии законодательства, правовая литература (книги, журналы). В подписке 13 информационных банков. В том числе: Международное право; Документы СССР; Арбитраж и т.д.
6.	Cambridge University Press https://www.cambridge.org/core	Коллекция журналов по гуманитарным и социальным наукам (Humanities & Social Sciences). Доступ к архивам с начала 90-х до 2022 г.
7.	SAGE Premier SAGE Publishing http://journals.sagepub.com/	Более тысячи журналов издательства по различным отраслям знаний.
8.	Полнотекстовая коллекция книг SAGE eBook Collection https://sk.sagepub.com/books/discipline	Более 4700 монографий и справочников издательства SAGE Publishing по различным областям знаний. Глубина доступа: 1984-2021 гг.

9.	WILEY https://onlinelibrary.wiley.com/	1,5 тысячи журналов издательства с архивами
10.	Национальная электронная библиотека (НЭБ) (по условиям договора установлено на 60 компьютерах читальных залов) https://rusneb.ru/	Более 5 миллионов электронных копий книг, учебной и периодической литературы, диссертаций и авторефератов, монографий, патентов, нот, изобразительных и картографических изданий. Возможен онлайн доступ с авторизацией через Портал «Госуслуги».
11.	Springer Nature https://link.springer.com/	Полнотекстовая коллекция Springer Journals с 2018 по н/вр. Полнотекстовая коллекция Springer Journals Archive 1832 - 1996 гг. Полнотекстовая коллекция книг Springer eBook Collections, включая издания текущего года

8. Материально-техническое обеспечение практики

Для проведения Преддипломной практики необходима аудитория, предназначенная

- для проведения учебных занятий лекционного типа,

- для проведения учебных занятий семинарского типа,

- для курсового проектирования (выполнения курсовых работ),

- для проведения групповых и индивидуальных консультаций,

- для проведения текущего контроля, промежуточной и государственной итоговой аттестации.

Данные аудитории соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам, требованиям техники безопасности.

Для проведения Преддипломной практики необходимы следующие технические средства:

Системный блок Kraftway Credo KC41 c

Монитор SAMSUNG SyncMaster 740N

Проектор NEC ME301X

Вебкамера Logitech C270

Гарнитура Sennheiser PC-3

Акустическая система JS

Проекционный экран.

Для проведения Преддипломной практики необходимо лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Microsoft Windows 10

Microsoft Office 2007

Zoom

Skype

Антивирусная защита ESET NOD32.

Организации и учреждения, являющиеся местами проведения Преддипломной практики, располагают рабочими местами, оборудованными компьютерной техникой с выходом в сеть Интернет. Данные рабочие места (помещения) соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам, требованиям техники безопасности.

Приложение

ФГАОУ ВО «МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ (УНИВЕРСИТЕТ) МИД РОССИИ»

Факультет Международной журналистики

Курс 2

Кафедра Рекламы и связей с общественностью

ДНЕВНИК ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Студента (-ки) _____
(ФИО)
Изучаемые иностранные языки _____
Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Место практики _____
Срок прохождения практики (в календарных днях) с ___ по ___ 20___ г.

Руководитель практики от кафедры _____
Руководитель практики от организации _____
Тема выпускной квалификационной работы «_____»

Даты прохождения практики:
Прибыл на место практики _____ **20__ г.**
Выбыл с места практики _____ **20__ г.**

Место печати

Подпись руководителя
по месту практики

_____

Оценка за защиту практики _____

Подпись членов комиссии по защите практики
_____

ПЛАН ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПРАКТИКИ

Предполагаемые виды работ по месту практики

Подпись руководителя практики от кафедры

_____

Производственный инструктаж и
инструктаж по технике безопасности пройден

Подпись руководителя практики
от организации

_____

ЗАПИСЬ О РАБОТАХ, ВЫПОЛНЕННЫХ НА ПРАКТИКЕ

Индивидуальные задания, полученные по месту практики

Содержание выполненных работ, в соответствии с полученным индивидуальным заданием и результатами освоения образовательной программы

Коды компетенций	***Содержание компетенций***	***Индикаторы достижения компетенций***	***Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине***
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1 Знать: виды, методы и концепции критического анализа ИУК-1.2 Уметь: применять виды, методы и концепции критического анализа при выработке плана действий в проблемных ситуациях ИУК-1.3 Владеть: основными принципами, определяющими цель и стратегию решения сложных ситуаций.	Знания: логико-методологического инструментария для критической оценки современных концепций философского и социального характера в своей предметной области. Умения: разрабатывать и содержательно аргументировать стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов. Навыки: анализа проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними.
ПК-1.	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ИПК-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функци-онального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационно-го/рекламного/ PR-агентства ИПК-1.2. Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних	Знания: специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии; технологии организации коммуникационной работы. Умения: организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной

		коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ИПК-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью ИПК-1.4. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы	культуры; контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью. Навыки: работы и руководства подразделением/пред-приятием в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2.	Способен разрабатывать и внедрять план стратегических коммуникаций для формирования имиджа и репутации организации/личности, выстраивания отношения с обществом и организациями, повышения конкурентоспособности и прибыльности, обеспечения политической, социальной и экономической успешности	ИПК-2.1 Владеет теоретическими аспектами понятия «стратегические коммуникации». ИПК-2.2 Осуществляет управление процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных проектов, направленных на формирование имиджа и репутации организации/личности, выстраивания	Знания: теоретических аспектов понятия «стратегические коммуникации»; аналитических методов и инструментов для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта. Умения: осуществлять управление процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных проектов, направленных на

		отношения с обществом и организациями, повышения конкурентоспособности и прибыльности, обеспечения политической, социальной и экономической успешности.	формирование имиджа и репутации организации/личности, выстраивания отношения с обществом и организациями, повышения конкурентоспособности и прибыльности, обеспечения политической, социальной и экономической успешности. Навыки: проведения анализа ситуации и разработки проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.
ПК-3.	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике. ИПК-3.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью	Знания: аналитических методов и инструментов для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта. Умения: применять на практике аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта. Навыки: проведения анализа ситуации и разработки проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПК-4.	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с применением цифровых и сетевых технологий и коммуникаций	ИПК-4.1 Владеет инструментарием новых медиа. ИПК-4.2 Разрабатывает и реализует проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью с использованием особенностей и инструментов новых медиа. ИПК-4.3. Использует цифровые и сетевые технологии при анализе текущей ситуации и прогнозировании в сфере рекламы и связей с общественностью	Знания: инструментов новых медиа. Умения: разрабатывать и реализовывать проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью с использованием особенностей и инструментов новых медиа. Навыки: использования цифровых и сетевых технологий при анализе текущей ситуации и прогнозировании в сфере рекламы и связей с общественностью.
ПК-5.	Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИПК-5.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИПК-5.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач ИПК-5.3. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны ИПК-5.4. Интегрирует коммуникации для эффективной	Знания: основ, принципов и особенностей создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации. Умения: создавать планы, проекты и сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач. Навыки: использования различных каналов коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.

		реализации коммуникационной стратегии	
ПК-6.	Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ИПК-6.1. Формулирует концепцию научного исследования ИПК-6.2. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации ИПК-6.3. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования, на основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы	Знания: методов социологических исследований для проведения научно-исследовательской работы в различных областях профессиональной деятельности. Умения: интерпретировать данные социологических исследований для осуществления научно-исследовательской работы в различных областях профессиональной деятельности. Навыки: работы с данными для проведения научного исследования в различных областях профессиональной деятельности, а также рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы.

СПИСОК МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ, СОБРАННЫХ ОБУЧАЮЩИМСЯ В ПЕРИОД ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

С дневником практики ознакомлен:

Подпись руководителя практики
от организации

_____

Приложение

ФГАОУ ВО «МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ (УНИВЕРСИТЕТ) МИД РОССИИ»

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ
КАФЕДРА РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

ОТЧЕТ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

Студента (-ки) _____
(ФИО)

Место практики _____

Срок прохождения практики с _____ по _____ 20___ года

Руководитель практики от кафедры _____

Руководитель практики от организации _____

Подпись студента

_____

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение 34

Основная часть 35

Заключение 37

Введение

Сведения о практиканте:

Практику проходил(-а) студент(-ка) 2 курса магистратуры факультета Международной журналистики МГИМО МИД России, обучающийся (-аяся) по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью ФИО.

Цели производственной практики:

1

2

3

И т.д.

Задачи производственной практики:

1

2

3

И т.д.

Основная часть

Описание подразделения организации, в котором была организована практика

Описание работ

Заключение

<u>С отчетом по итогам практики ознакомлен (-а):</u>

Подпись руководителя практики
от организации _____

Место печати

Приложение

Отзыв о прохождении
Преддипломной практики студентом (-кой)
2 курс магистратуры направления подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью
факультета Международной журналистики
МГИМО МИД России
ФИО

Должность руководителя практики
от организации

ФИО руководителя

Место печати

_____

Подпись