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

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ДИПЛОМАТИИ

КАФЕДРА РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ СОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор Международного института
энергетической политики и дипломатии
В.И. Салыгин
«27» марта 2025 г.

Рабочая программа производственной практики

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(шифр, название направления)

Направленность (профиль) подготовки
«Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество»

Квалификация – *Бакалавр*

Форма обучения
очная

(очная, очно-заочная и др.)

Москва – 2025

Рабочая программа производственной практики «Профессионально-творческая 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 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденному 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 «25» февраля 2025 г. № 5

Подпись 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....11

4. Структура и содержание практики 12

4.1. Объем практики и ее продолжительность....12

4.3 Содержание практики....13

4.4. Организация и руководство практикой 13

5. Отчетная документация по практике....15

5.1. Содержание и оформление Дневника о прохождении практики....15

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 прохождения практики....17

7. Информационное и учебно-методическое обеспечение практики....18

7.1. Нормативно-правовые акты, ведомственные и корпоративные документы 18

7.2. Рекомендуемая литература 18

7.3. Программное обеспечение, базы данных, информационно-справочные и поисковые системы 19

8. Материально-техническое обеспечение практики....20

Приложение....22

Аннотация программы практики

Целью Профессионально-творческой практики является закрепление и расширение знаний, полученных обучающимися в период теоретического обучения на основе их практического участия в деятельности предприятий, организаций, учреждений.

Задачи практики:

- систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических знаний, полученных в процессе обучения;
- приобретение опыта решения практических задач, требующих применения профессиональных знаний и умений;
- обучение практическим навыкам связей с общественностью;
- совершенствование практических навыков работы по избранному профессиональному направлению.

1. Основные характеристики практики

1) вид практики: Производственная практика;

2) тип практики: Профессионально-творческая практика;

3) форма проведения практики: непрерывно.

Место проведения практики.

Производственной платформой для прохождения Производственной практики являются кафедра Рекламы и связей с общественностью и Учебно-практическая лаборатория коммуникационных технологий факультета Международной журналистики МГИМО МИД России.

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-2.	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1 Знать правовые нормы, регламентирующие осуществление профессиональной деятельности; ИУК-2.2 Уметь определять круг задач в рамках профессиональной деятельности, планировать собственную профессиональную деятельность, исходя из имеющихся ресурсов; ИУК-2.3 Владеть необходимыми	Знания: международных и российских нормативных актов, регламентирующих деятельность по рекламе и связям с общественностью; основ проектной деятельности. Умения: определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения; реально оценивать имеющиеся ресурсы и ограничения для реализации поставленных целей и задач; применять

		знаниями для определения задач и выбора оптимальных способов их решения для достижения поставленной цели с учетом имеющихся ресурсов и правовых норм;	законодательные нормы РФ в профессиональной деятельности. Навыки разработки и реализации проектов.
УК-3.	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1 Знать основные способы и приемы социализации и социального взаимодействия; ИУК-3.2 Уметь реализовывать свою роль в команде для достижения поставленной цели с учетом особенностей поведения других членов команды; ИУК-3.3 Владеть знаниями норм и правил командной работы;	Знания: своей роли в команде, исходя из стратегии сотрудничества для обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды и оценки идей других членов команды для достижения поставленной цели. Умения: соблюдать установленные нормы и правила командной работы, нести личную ответственность за общий результат; анализировать возможные последствия личных действий и планировать свои действия для достижения заданного результата. Навыки: реализации своей роли в команде с учетом особенностей поведения других членов команды.
ПК-1.	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ИПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ИПК-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИПК-1.3. Использует результаты исследований	Знания: основ проектной деятельности. Умения: готовить основные сопроводительные документы проектов в сфере связей с общественностью. Навыки: использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного

		для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	продукта.
ПК-2.	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-2.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от-дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИПК-2.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знания: закономерностей и основных направлений деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью, а также особенностей планирования и организации коммуникационной стратегии компании; Умения: разрабатывать и реализовывать коммуникационные кампании, проекты и мероприятия; Навыки: формирования коммуникационной политики компании, направленной на внутреннюю и внешнюю аудиторию.

ПК-3.	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИПК-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИПК-3.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ИПК-3.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ИПК-3.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	Знания: основных подходов и требований к созданию информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью с последующим их планированием и освещением. Умения: планировать специальные события и мероприятия для рекламной или PR-кампании; создавать профессиональные тексты с учетом специфики каналов коммуникации. Навыки: работы с различными целевыми аудиториями и в различных форматах.
ПК-4.	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ИПК-4.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ИПК-4.2. Принимает участие в организации и	Знания: основных методов маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; Умения: планировать разработку и реализовывать коммуникационные

		выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ИПК-4.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	продукты с учетом результатов маркетинговых исследований; Навыки: реализации коммуникационного продукта, ориентированного на разные целевые группы.
ПК-5.	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ИПК-5.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде ИПК-5.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде. ИПК-5.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами ИПК-5.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций ИПК-5.5. Использует современные	Знания: основ медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде; Умения: использовать современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов; Навыки: использования основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью.

		технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	
ПК-6.	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ИПК-6.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ИПК-6.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Знания: алгоритмов создания типовых и индивидуальных коммуникационных проектов/продуктов с учётом ценностных ориентиров общества; Умения: отбирать и применять эффективные инструменты, планировать, разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты/продукты, применяя принципы открытости и корпоративной социальной ответственности; Навыки: создания и продвижения социально-значимых коммуникационных проектов.
ПК-7.	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ИПК-7.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного	Знания: основ редакторской деятельности и специфики редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта.

		продукта ИПК-7.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Умения: редактировать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта. Навыки: использования языковых норм, стандартов, форматов, стилей, технологических требований разных типов СМИ и других медиа при редактировании текстов рекламы и связей с общественностью.

Данные компетенции осваиваются через создание собственных проектов и командного проектирования.

3. Место практики в структуре образовательной программы

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

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

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

коммуникационные процессы в межличностной, социокультурной, политической и прочих сферах;

приобретение профессиональных коммуникативных навыков, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.

практические приемы и методы работы специалистов по рекламе и связям с общественностью;

основные технологии и направления PR-работы в конкретной сфере;

основные методики решения профессиональных задач;

специфические особенности рекламной деятельности в различных сферах;

разработка, подготовка, производство и распространение рекламной и PR продукции, включая текстовые и графические, аудиовизуальные, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств массовой информации и коммуникации.

Производственная практика проводится на 3 курсе в 6 семестре.

4. Структура и содержание практики

4.1. Объем практики и ее продолжительность

Объем практики составляет 5 зачетных единиц, 210 академ. часов.

4.2. Объём практики по видам работ (в часах)

Вид работы	Трудоемкость	
	Академические часы	Зачетные единицы
Общая трудоемкость	**210**	**5**
Контактная работа, всего	**32**	
В том числе аудиторная работа	32	
Самостоятельная работа, всего	**178**	
Вид промежуточной аттестации *(Зачет/Зачет с оценкой)*	**Зачет с оценкой**	

4.3 Содержание практики

№ п/п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоёмкость *(в часах)*	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)		Формы текущего контроля успеваемости	Формируемые компетенции
			практические занятия	самостоятельная работа обучающихся		
1	Мастер-классы специалистов-практиков и преподавателей кафедры	210	32	178	текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	УК-2, УК-3, ПК-1 – ПК-7
	Итого по курсу:	**210**	**32**	**178**	Зачет с оценкой	

4.4. Организация и руководство практикой

Руководитель практики обеспечивает непрерывность и последовательность овладения практикантами 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.

Консультирование по вопросам Производственной 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 ведущих профессорско-преподавательского состава кафедры МПиСО.

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 Производственной практики к промежуточной аттестации, проводимой в форме зачета с оценкой, обучающиеся должны подготовить следующие документы:

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

5.1. Содержание и оформление Дневника о прохождении практики

В Дневник о прохождении практики записывается календарный план прохождения практики (в соответствии с содержанием практики и индивидуальным заданием). В дальнейшем в дневник вносятся все реально выполняемые практикантом виды работ. Записи делаются либо ежедневно, либо раз в неделю.

Дневник о прохождении практики должен быть оформлен надлежащим образом. По окончании периода практики практикант подает Дневник о прохождении практики на подпись руководителю практики.

Форма Дневника о прохождении практики находится в Приложении.

5.2. Содержание и оформление Отчета о прохождении практики

Отчет о прохождении практики является документом обучающегося, отражающим выполненную им работу во время практики, полученные им

умения и навыки.

Изложение материалов в отчете должно быть последовательно, лаконично и логически связано.

Текст оформляется в соответствии с требованиями делопроизводства, печатается через 1,5 интервала. Сверху страницы делается отступ 20 мм, слева – 25 мм, справа 15 мм, снизу 20 мм. Шрифт: Times New Roman , 14 кегль.

Отчет о прохождении практики состоит из следующих разделов:

Титульный лист

Оглавление

Основная часть

Заключение

Список литературы

Приложение (при наличии).

Основная часть содержит несколько глав, раскрывающих суть прохождения практики.

Форма Отчета о прохождении практики находится в Приложении.

5.3. Содержание и оформление Отзыва о прохождении практики

Отзыв о прохождении практики содержит качественные характеристики прохождения практики обучающимся.

Отзыв о прохождении практики дает преподаватель кафедры Рекламы и связей с общественностью, ответственный за проведение практики.

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;
- оценка работы обучающегося за период практики.

Форма Отзыва о прохождении практики находится в Приложении.

6. Порядок промежуточной аттестации обучающихся по итогам прохождения практики

По окончании практики обучающийся представляет на кафедру Дневник практики и Отзыв о прохождении практики.

Таблица 1 Критерии оценки сформированности УК-2 - УК-3, ПК-1 - ПК-7

Вид работы	Зачет/оценка	Описание критериев
Зачет	**зачтено/отлично A (90 -100%)**	Оформление в соответствии с установленными требованиями Дневника и Отчета о прохождении практики. Положительный Отзыв о прохождении практики руководителя от организации. Оценка работы обучающегося руководителем практики от организации на «отлично».
	зачтено/хорошо B (82 – 89%)	Наличие двух-трех недостатков в оформлении Дневника и/или Отчета о прохождении практики. Оценка работы обучающегося руководителем практики от организации – «хорошо».
	зачтено/хорошо C (75 –81%)	Значительные недостатки в оформлении Дневника и/или Отчета о прохождении практики. Оценка работы обучающегося руководителем практики от организации – «хорошо».
	зачтено/удовлетворительно D (67 – 74%)	Существенные недостатки в оформлении отчетных документов по практике. Оценка работы обучающегося руководителем практики от организации – «удовлетворительно».
	зачтено/удовлетворительно E (60 – 66%)	Существенные недостатки в оформлении отчетных документов по практике. Оценка работы обучающегося

		руководителем практики от организации – «удовлетворительно».
	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

(в последней редакции)

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О Рекламе».
2. «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.
3. 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:

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 / А.Н. Чумиков. – 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:

1. Федотова Л.Н. Связи с общественностью: теория и практика / Л.Н. Федотова. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: Фак. журн. МГУ, 2019. – 192 с. – URL: http://www.journ.msu.ru/science/books/35028/ ; https://www.journ.msu.ru/upload/iblock/d9e/d9e27ea093c2a4f0bb2081df121a2f6c.pdf

в) литература для факультативного чтения:

1. Гарнер Б. Эффективные письменные деловые коммуникации / Б. Гарнер. – 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»	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.

	http://www.consultant.ru/edu/ находится в свободном доступе.	
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 практики используются аудитории Учебно-практической лаборатории коммуникационных технологий факультета Международной журналистики МГИМО МИД России.

Также для осуществления образовательного процесса по практике 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,

- для самостоятельной работы обучающегося.

Для осуществления образовательного процесса по практике необходимы следующие технические средства обучения:

Системный блок

Монитор

Проектор

Вебкамера

Акустическая система

Проекционный экран.

Для осуществления образовательного процесса по практике необходимо лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Microsoft Windows 10

Microsoft Office 2007

Zoom

Skype

Антивирусная защита ESET NOD32.

Приложение

Форма Дневника о прохождении практики

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

Факультет Международной журналистики

Кафедра Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность подготовки Связи с общественностью

ДНЕВНИК О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

«Профессионально-творческая практика»

Студента (-ки) _____
(ФИО)
___ курса ___ академ. группы

Подпись _____

Руководитель практики от кафедры _____
(ФИО)

Подпись _____

Москва, 20__ г.

ПЛАН ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

1.

2.

3.

И т.д.

Подпись руководителя практики от кафедры

_____

Перечень планируемых результатов обучения по практике

Коды компетенций	***Содержание компетенций***	***Индикаторы достижения компетенций***	***Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине***
УК-2.	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1 Знать правовые нормы, регламентирующие осуществление профессиональной деятельности; ИУК-2.2 Уметь определять круг задач в рамках профессиональной деятельности, планировать собственную профессиональную деятельность, исходя из имеющихся ресурсов; ИУК-2.3 Владеть необходимыми знаниями для определения задач и выбора оптимальных способов их решения для достижения поставленной цели с учетом имеющихся ресурсов и правовых норм;	Знания: международных и российских нормативных актов, регламентирующих деятельность по рекламе и связям с общественностью; основ проектной деятельности. Умения: определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения; реально оценивать имеющиеся ресурсы и ограничения для реализации поставленных целей и задач; применять законодательные нормы РФ в профессиональной деятельности. Навыки разработки и реализации проектов.
УК-3.	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1 Знать основные способы и приемы социализации и социального взаимодействия; ИУК-3.2 Уметь реализовывать свою роль в команде для достижения поставленной цели с учетом особенностей поведения других членов команды; ИУК-3.3 Владеть знаниями	Знания: своей роли в команде, исходя из стратегии сотрудничества для обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды и оценки идей других членов команды для достижения поставленной цели. Умения: соблюдать установленные нормы и правила командной работы, нести личную ответственность за общий результат;

		норм и правил командной работы;	анализировать возможные последствия личных действий и планировать свои действия для достижения заданного результата. Навыки: реализации своей роли в команде с учетом особенностей поведения других членов команды.
ПК-1.	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ИПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ИПК-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Знания: основ проектной деятельности. Умения: готовить основные сопроводительные документы проектов в сфере связей с общественностью. Навыки: использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.
ПК-2.	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-2.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от-дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование	Знания: закономерностей и основных направлений деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью, а также особенностей планирования и организации коммуникационной стратегии компании; Умения: разрабатывать и реализовывать коммуникационные кампании, проекты и мероприятия; Навыки: формирования коммуникационной политики компании, направленной на

		мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИПК-2.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	внутреннюю и внешнюю аудиторию.
ПК-3.	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИПК-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИПК-3.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ИПК-3.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ИПК-3.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам	Знания: основных подходов и требований к созданию информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью с последующим их планированием и освещением. Умения: планировать специальные события и мероприятия для рекламной или PR-кампании; создавать профессиональные тексты с учетом специфики каналов коммуникации. Навыки: работы с различными целевыми аудиториями и в различных форматах.

		общественности в офлайн и онлайн среде	
ПК-4.	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ИПК-4.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ИПК-4.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ИПК-4.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Знания: основных методов маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; Умения: планировать разработку и реализовывать коммуникационные продукты с учетом результатов маркетинговых исследований; Навыки: реализации коммуникационного продукта, ориентированного на разные целевые группы.
ПК-5.	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ИПК-5.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде ИПК-5.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде. ИПК-5.3. Применяет основные технологии организации	Знания: основ медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде; Умения: использовать современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов; Навыки: использования основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью.

		специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами ИПК-5.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций ИПК-5.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	
ПК-6.	Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ИПК-6.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ИПК-6.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Знания: алгоритмов создания типовых и индивидуальных коммуникационных проектов/продуктов с учётом ценностных ориентиров общества; Умения: отбирать и применять эффективные инструменты, планировать, разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты/продукты, применяя принципы открытости и корпоративной социальной ответственности; Навыки: создания и продвижения социально-значимых коммуникационных

			проектов.
ПК-7.	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ИПК-7.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ИПК-7.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Знания: основ редакторской деятельности и специфики редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта. Умения: редактировать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта. Навыки: использования языковых норм, стандартов, форматов, стилей, технологических требований разных типов СМИ и других медиа при редактировании текстов рекламы и связей с общественностью.

ЗАПИСЬ О ВЫПОЛНЕННЫХ РАБОТАХ

Приложение

Форма Отчета о прохождении практики

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

Факультет Международной журналистики

Кафедра Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность подготовки Связи с общественностью

ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

«Профессионально-творческая практика»

Студента (-ки) _____
(ФИО)
___ курса ___ академ. группы

Подпись _____

Руководитель практики от кафедры _____
(ФИО)

Подпись _____

Москва, 20__ г.

Оглавление

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Я, _____ФИО_____, в соответствии с Учебным планом и Графиком учебного процесса МГИМО МИД России в период с __.__.20__ по __.__.20__ проходил (-а) практику на базе кафедры Медийной политики и связи с общественностью МГИМО МИД России.

Цель и задачи практики

Информация о проделанной работе

Заключение

Список литературы

Приложение (при наличии)

Приложение

<u>Форма Отзыва о прохождении практики</u>

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

Руководителя практики от кафедры
ФИО

подпись