

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра теории и практики общественных связей

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

Направление: 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность: Медиатехнологии в современной коммуникативной индустрии

Уровень квалификации выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Программа практики адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2019

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА
Программа практики

Составители:

канд. полит. наук, доцент Е.Н. Жукова

Ответственный редактор

д-р филос. н., проф., проф. С.В.Клягин

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 14 от 18.06.2019 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

- 1.1 Цель и задачи практики
- 1.2. Вид (тип) практики
- 1.3. Способы, формы и места проведения практики
- 1.4. Вид (виды) профессиональной деятельности
- 1.5. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесённые с индикаторами достижения компетенций
- 1.6. Место практики в структуре образовательной программы
- 1.7. Объем практики

2. Содержание практики

3. Оценка результатов практики

- 3.1. Формы отчетности по практике
- 3.2. Критерии выставления оценок
- 3.3. Оценочные средства (материалы) для промежуточной аттестации по практике

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

- 4.1. Список источников и литературы
- 4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

5. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

6. Организация практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Приложения

- Приложение 1. Аннотация программы практики
- Приложение 2. График прохождения практики
- Приложение 3. Форма титульного листа отчёта
- Приложение 4. Образец оформления характеристики с места прохождения практики

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи практики

Цель практики – формирование у магистрантов профессиональных навыков по проведению исследовательской и аналитической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи практики:

- сформировать у студентов способность создавать медиатексты и коммуникационные продукты с учетом общественно-политических, социально-экономических, правовых и культурных факторов;
- создать условия для овладения основными принципами организации исследования аудиторий и потребностей общества, а также методами анализа взаимоотношений государства и общества, мирового культурного процесса, медиакоммуникационных систем, технологического прогресса в профессиональной сфере;
- обеспечить готовность студентов к организации социологического исследования и интерпретации его результатов, а также составлению практических рекомендаций на его основе с учетом социальной ответственности специалиста по коммуникациям.

1.2. Вид практики: *научно-исследовательская работа.*

1.3. Способы, формы и места проведения практики

Способы проведения практики: *стационарная.*

Формы проведения практики: *дискретная.*

Места проведения практики.

Научно-исследовательская работа проводится на *кафедре теории и практики общественных связей* факультета рекламы и связей с общественностью Института массмедиа и рекламы РГГУ.

1.4. Виды профессиональной деятельности: *научно-исследовательский.*

1.5. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесённые с индикаторами достижения компетенций:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
<i>Общепрофессиональные компетенции</i>		
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	ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<i>Знать:</i> особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. <i>Уметь:</i> создавать медиатексты, и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты. <i>Владеть:</i> основными принципами производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или)

иностранных языков, особенностей иных знаковых систем		коммуникационных продуктов. <i>Знать:</i> основные принципы процесса подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов. <i>Уметь:</i> составлять тексты и (или) создавать иные коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью. <i>Владеть:</i> навыками учета изменений норм русского (иностранных) языков и особенностей иных знаковых систем при создании рекламных и PR-текстов и (или) иных коммуникационных продуктов.
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. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов.	<i>Знать:</i> проблемы взаимодействия общественных и государственных институтов. <i>Уметь:</i> выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. <i>Владеть:</i> навыками использования современных техник и методик для анализа процессов социального партнерства.
	ОПК-2.2. Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<i>Знать:</i> основные тенденции развития общественных и государственных институтов. <i>Уметь:</i> анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов. <i>Владеть:</i> навыками использования результатов проведенного анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и	ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса.	<i>Знать:</i> этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. <i>Уметь:</i> выделить основные этапы развития отечественного и мирового культурного

(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов		процесса. <i>Владеть:</i> навыками анализа основных тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса.
	ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов.	<i>Знать:</i> достижения отечественной и мировой культуры. <i>Уметь:</i> анализировать достижения отечественной и мировой культуры. <i>Владеть:</i> навыками использования результатов проведенного анализа при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов.
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. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	<i>Знать:</i> основные научно-исследовательские социологические центры. <i>Уметь:</i> интерпретировать данные социологических исследований. <i>Владеть:</i> навыками использования результатов проведенных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп в своей практической деятельности.
	ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов.	<i>Знать:</i> основные этапы социологического исследования. <i>Уметь:</i> составить программу социологического исследования аудиторий. <i>Владеть:</i> навыками использования результатов проведенных социологических исследований о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов.
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических,	<i>Знать:</i> особенности политических, экономических факторов, правовых и этических

<p>решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие различных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.</p>	<p>норм, регулирующих развитие различных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. <i>Уметь:</i> выявить особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие различных медиакоммуникационных систем. <i>Владеть:</i> навыками анализа медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.</p>
	<p>ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования.</p>	<p><i>Знать:</i> тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. <i>Уметь:</i> использовать выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов. <i>Владеть:</i> навыками разработки коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования.</p>
<p>ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления</p>	<p><i>Знать:</i> глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. <i>Уметь:</i> отслеживать</p>

	профессиональной деятельности.	глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. <i>Владеть:</i> навыками мониторинга глобальных тенденций модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.
	ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.	<i>Знать:</i> современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. <i>Уметь:</i> отбирать и внедрять в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. <i>Владеть:</i> современными технологиями рекламы и связей с общественностью, цифровыми инструментами, техническими средствами и программным обеспечением.
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности.	<i>Знать:</i> закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности. <i>Уметь:</i> оценивать и прогнозировать возможные эффекты и последствий профессиональной деятельности. <i>Владеть:</i> принципами социальной ответственности в сфере рекламы и связей с общественностью.

	ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности.	<p><i>Знать:</i> методики оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.</p> <p><i>Уметь:</i> осуществить профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками использования принципов социальной ответственности при разработке и реализации коммуникационного продукта.</p>
--	---	---

1.6. Место практики в структуре образовательной программы

Научно-исследовательская работа относится к обязательной части блока Б2 («Практики») учебного плана.

Для прохождения практики необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: Методологические проблемы современной науки, Основы научных исследований в профессиональной сфере, Методология исследовательской деятельности и академическая культура, Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности, Разработка и продвижение контента, Разработка и реализация коммуникационной стратегии, Современные концепции социальных коммуникаций.

В результате прохождения практики формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Государственная итоговая аттестация.

1.7. Объем практики

Общая трудоемкость научно-исследовательской работы составляет 12 з.е., 432 ч., из них 16 ч. контактная и 416 ч самостоятельная работа. Данный вид практики проходит во втором, третьем и четвертом семестрах.

Во втором семестре объем научно-исследовательской работы составляет 3 з.е., 108 ч., из них 4 ч. контактная и 104 ч самостоятельная работа, и продолжается 2 недели. Контактная работа состоит из консультаций с руководителем практики по поводу выполняемых студентом индивидуальных заданий.

В третьем семестре объем научно-исследовательской работы также составляет 3 з.е., 108 ч., из них 4 ч. контактная и 104 ч самостоятельная работа, и продолжается 2 недели. Контактная работа состоит из консультаций с руководителем практики по поводу выполняемых студентом индивидуальных заданий.

В четвертом семестре объем научно-исследовательской работы составляет 6 з.е., 216 ч., из них 8 ч. контактная и 208 ч самостоятельная работа. Практика продолжается 4 недели. Контактная работа состоит из консультаций с руководителем практики по поводу выполняемых студентом индивидуальных заданий.

4. Структура и содержание практики

2 семестр

№	Наименование раздела	Содержание и виды работ
1.	Установочная конференция по практике (2 ч)	Руководитель практики поясняет общее задание на практику. Студенты кратко характеризуют тему и область исследований своей предполагаемой магистерской диссертации. Руководитель уточняет детали персонального задания на практику в соответствии с предполагаемой темой магистерской диссертации.
2.	Формирование историографической и эмпирической базы магистерской диссертации (100 ч):	Студенты овладевают навыками формирования историографической и эмпирической базы исследования в области рекламы и связей с общественностью.
3.	Первый этап НИ работы (40 ч)	Студент должен найти теоретическую литературу в библиотеках (прежде всего, РГБ и РГГУ) и базах данных (прежде всего, East View Общественные и гуманитарные издания) по теме своей магистерской диссертации, прочитать ее и составить список.
4.	Второй этап НИ работы (30 ч)	Студент должен провести мониторинг СМИ, используя доступную базу данных в соответствии с задачами магистерского исследования.
5.	Третий этап НИ работы (30 ч)	Студент должен провести мониторинг интернет-пространства, в том числе, социальных сетей, для нужд магистерского исследования.
5.	Подготовка отчёта по практике (4 ч)	Студент готовит отчет по практике.
7.	Отчетная конференция по практике (2 ч)	Студент защищает отчет по практике, выступая с устным сообщением и презентацией.

3 семестр

№	Наименование раздела	Содержание и виды работ
1.	Установочная конференция по практике (2 ч)	Руководитель практики поясняет общее задание на практику. Студенты кратко характеризуют тему и область исследований своей предполагаемой магистерской диссертации. Руководитель уточняет детали персонального задания на практику в соответствии с предполагаемой темой магистерской диссертации.
2.	Постановка проблемы исследования (10 ч)	Студенты овладевают навыками постановки проблемы магистерского исследования.
3.	Теоретическая и эмпирическая интерпретация, логический анализ основных понятий исследования (30 ч)	Студенты овладевают навыками теоретической и эмпирической интерпретации и осуществляют логический анализ основных понятий исследования.
4.	Анализ общественно-политических факторов, социально-экономических, правовых и культурных	Студенты овладевают навыками анализа взаимоотношений общественных и государственных институтов, этапов и тенденций развития отечественной и мировой культуры,

	факторов, которые влияют на объект исследования (30 ч)	медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, а также отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.
5.	Создание востребованного обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта (30 ч)	Студенты овладевают навыками разработки востребованного обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта. В процессе создания данного текста или продукта необходимо учесть взаимоотношения общественных и государственных институтов, развитие отечественной и мировой культуры, медиакоммуникационных систем.
6.	Подготовка отчёта по практике (4 ч)	Студент готовит отчет по практике.
7.	Отчетная конференция по практике (2 ч)	Студент защищает отчет по практике, выступая с устным сообщением и презентацией.

4 семестр

№	Наименование раздела	Содержание и виды работ
1.	Установочная конференция по практике (4 ч)	Руководитель практики поясняет общее задание на практику. Студенты кратко характеризуют тему и область исследований своей предполагаемой магистерской диссертации. Руководитель уточняет детали персонального задания на практику в соответствии с предполагаемой темой магистерской диссертации.
2.	Выборка прикладного исследования (40 ч)	Студенты овладевают навыками формирования выборки прикладного исследования.
3.	Составление прикладного исследования (40 ч)	Студент овладевает навыками составления прикладного исследования.
4.	Разработка исследовательского инструментария (40 ч)	Студент овладевает навыками разработки исследовательского инструментария: анкеты – для анкетирования, вопросника – для интервьюирования и т.д. в соответствии с целями исследования.
5.	Проведение прикладного исследования (40 ч)	Студент овладевает навыками проведения прикладного исследования в соответствии с разработанной программой.
6.	Написание исследовательского отчета (40 ч)	Студент овладевает навыками написания исследовательского отчета в соответствии с проведенным прикладным исследованием.
7.	Подготовка отчёта по практике (8 ч)	Студент готовит отчет по практике.
8.	Отчетная конференция по практике (4 ч)	Студент защищает отчет по практике, выступая с устным сообщением и презентацией.

3. Оценка результатов практики

3.1. Формы отчётности

Формами отчётности по практике являются: отчёт обучающегося, характеристика с места прохождения практики.

Требования к содержанию и оформлению отчёта обучающегося:

Отчет должен содержать следующую информацию:

1. Основные вопросы деятельности, с которыми студент ознакомился в период практики.
2. Выполняемые студентом обязанности в период практики, описание проделанной работы и полученных результатов.
3. Индивидуальное задание студента в зависимости от профессионального интереса и будущей научной работы.
4. Подпись руководителя практики от кафедры теории и практики общественных связей.

Требования к содержанию и оформлению характеристики с места прохождения практики:

Характеристика должна быть подписана руководителем практики от кафедры теории и практики общественных связей.

По итогам анализа предоставленных документов и защиты отчета руководитель практики выставляет студенту зачет с оценкой.

3.2. Критерии выставления оценки по практике

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по практике	Критерии оценки результатов практики
100-83/ А, В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит высокую положительную оценку, отчет выполнен в полном соответствии с предъявляемыми требованиями, аналитическая часть отчета отличается комплексным подходом, креативностью и нестандартностью мышления студента, выводы обоснованы и подкреплены значительным объемом фактического материала. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Компетенции, закреплённые за практикой, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит положительную оценку, отчет выполнен в целом в соответствии с предъявляемыми требованиями без существенных неточностей, включает фактический материал, собранный во время прохождения практики. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по практике	Критерии оценки результатов практики
		сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D, E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит положительную оценку, отчет по оформлению и содержанию частично соответствует существующим требованиям, но содержит неточности и отдельные фактические ошибки, отсутствует иллюстративный материал. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F, FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики не содержит положительной оценки. Отчет представлен не вовремя и не соответствует существующим требованиям. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

3.3. Оценочные средства (материалы) для промежуточной аттестации обучающихся по практике

Задание 1: Формулирование темы прикладного исследования (МКР)

1. Сформулировать *тему* прикладного исследования, следуя инструкциям, см. видео-ролик на канале «КИТ: Коммуникации, Инновации, Технологии» <https://www.youtube.com/watch?v=MfknAR0axSs&t=2s>. Если вы пока не уверены, о чем хотите писать в МКР, здесь и далее потренируйтесь на любой близкой вам проблематике.
2. Кратко пояснить, почему эта тема *актуальна*. Что ваше исследование может дать теоретикам в области коммуникации? Чем результаты данного исследования могут быть полезны практикам? Напишите текст на 1 стр., в котором вы поясните актуальность выбранной темы. постарайтесь в нем обосновать каждое слово в формулировке темы, которое вы использовали.
3. Сформулировать *объект* вашего исследования: что это за явление или процесс, который вы изучаете. Проверьте себя: объект – это то, про что вы собираетесь писать первую главу

МКР (но: объект исследования – это не вещь и не люди, а идеальный теоретический конструкт).

4. Сформулировать *предмет* вашего исследования: какой аспект объекта (явления или процесса) вы изучаете. Проверьте себя: предмет – это то, про что вы собираетесь писать вторую главу МКР. Если в вашей теме есть дополнительные характеристики, которые вы не успеваете раскрыть во второй главе, то это будет материал третьей главы.
5. Обозначить *хронологические и географические рамки* своего исследования. Проверьте себя: какой объем источников включают себя выделенные вами рамки? Если их невозможно обработать за полгода, то вы просто не успеете провести прикладное исследование и выбранные рамки (выбранные годы, страны) надо сузить.
6. Выделить один *аспект* изучаемой темы для проведения прикладного исследования путем разбиения вашей темы на подтемы, классификации изучаемого предмета. Проверьте себя: выделенный аспект должен быть составной частью предмета исследования.
7. Перечислить типы *объектов для изучения*, которые станут вашими *источниками* или будут зафиксированы в них: тексты, люди (мнение, мышление, поведение), события, организации и т.д.
8. Выделить группы *источников* для эмпирической базы исследования. Виды источников: 1) опубликованные (периодические издания, законодательные акты, мемуары, переписка) / неопубликованные (рукописи, документы для внутреннего пользования, раздаточные материалы), 2) письменные (тесты) / аудио-(аудиозаписи) / визуальные (изображения, видеозаписи), 3) материалы интернет-сайтов и аккаунтов в социальных сетях изучаемых организаций или людей, которые содержат факты, 4) первичные данные социологических исследований, 5) статистические данные.
9. Поразмышлять, какие *методы* прикладного исследования можно применить для изучения вашей темы (см. презентацию)? Каковы возможности (какие аспекты изучаемой темы можно выявить с помощью данного метода?) и ограничения (какие аспекты изучаемой темы не удастся выявить с помощью данного метода?) применения данных методов для вашего исследования. Заполните таблицу.

Название метода	Возможности	Ограничения

По итогам выполнения задания подготовьте письменный текст ответов на данные вопросы (3 стр.) и 10-минутное устное выступление. Распечатанный текст перед защитой желательно отдать руководителю практики для получения оперативной обратной связи.

Задание 2: Формирование историографической базы прикладного исследования (МКР)

1. Подобрать научную литературу по теме своего прикладного исследования (МКР) в научной библиотеке РГГУ, иных библиотеках г. Москвы (Российской государственной библиотеке <http://rsl.ru/>, Государственной публичной исторической библиотеке России <http://katalog.shpl.ru/>, Всероссийской государственной библиотеке иностранной литературы им. М.И.Рудомино <http://www.libfl.ru/> и др.), а также в электронной библиотеке и базах данных научной библиотеки РГГУ. В Информационный комплекс РГГУ «Научная библиотека» можно зайти с главного сайта университета <http://rsuh.ru/> или по прямой ссылке <http://liber.rsuh.ru/>. Базы данных научной библиотеки РГГУ частично доступны в интернете (заход с сайта библиотеки или по прямой ссылке <http://liber.rsuh.ru/?q=extbases>). Допустимо также осуществлять поиск научной литературы (электронных версий книг и статей) в интернете с помощью поисковых машин.

2. Осуществлять поиск научной литературы необходимо по ключевым словам вашей темы. Желательно использовать все возможные комбинации ключевых слов, чтобы результаты поиска оказались наиболее полными. О методике поиска литературы см. видео-ролик на канале «КИТ: Коммуникации, Инновации, Технологии» <https://www.youtube.com/watch?v=MfknAR0axSs&t=2s>.

3. Пролистать найденные книги и статьи. Какие аспекты темы вашего исследования они охватывают? Разбить найденную научную литературу на группы по тематическому или хронологическому принципу. Отметить, какие аспекты вашей теме уже изучены, а какие нет. Заполнить таблицу, приведенную ниже.

Сравнительная таблица литературы для МКР

№ группы лит-ры	Какому вопросу (аспекту темы) посвящена эта группа	Ф.И.О. авторов	Какие вопросы ими рассмотрены, изучены, проанализированы	Какие проблемы ими не решены, не изучены
1				
2				
...				

Задание 3: Формирование эмпирической базы прикладного исследования (МКР)

Подобрать источники по теме своего прикладного исследования (МКР), сгруппировать по тематическому или хронологическому принципу, проанализировать, какое значение для вашего исследования имеет та или иная группа источников. Заполнить таблицу, приведенную ниже.

Главное отличие источников от литературы: они содержат ФАКТЫ, А НЕ ИХ АНАЛИЗ.

Виды источников:

1. опубликованные (периодические издания, законодательные акты, мемуары, переписка) /неопубликованные (рукописи, документы для внутреннего пользования, раздаточные материалы),
2. письменные/аудио-(аудиозаписи)/визуальные (изображения, видеозаписи),
3. материалы интернет-сайтов изучаемых объектов, которые содержат факты,
4. первичные данные социологических исследований,
5. статистические данные.

Сравнительная таблица источников для прикладного исследования (МКР)

№ группы источников	Виды источников	Какие вопросы эти источники помогут решить	Какие вопросы они решить не могут в рамках МКР
1			
2			
...			

Задание 4: Оформление списка источников и литературы по теме прикладного исследования (МКР)

1. Составить список найденных источников и литературы по теме своего прикладного исследования (МКР), см. рекомендации и образец оформления в отдельных файлах.

2. Всего позиций в списке источников и литературы по теме МКР должно быть не менее 60 позиций. Рекомендуемое соотношение источников и литературы 1:3.

3. Каждая позиция должна быть оформлена в соответствии с правилами библиографического описания. Литература, используемая в электронном виде, должна иметь не только url-ссылку, но и стандартное библиографическое описание: *для книг*: автор, название, год и место издания; *для статей*: автор, название статьи и название издания (журнала, сборника, альманаха), год издания, номер или выпуск. Подробнее о правилах см. ГОСТ 2008.

Обе таблицы, а также список источников и литературы необходимо распечатать и принести на защиту. На первую страницу вписать рабочую формулировку темы МКР.

Задание 5: Постановка проблемы прикладного исследования (МКР)

1. Актуальность темы исследования. Обоснуйте, в силу каких причин необходимо ваше прикладное исследование (МКР). Каковы теоретические и практические потребности?

2. Позитивное (дискриптивное) исследование ситуации. Кратко описать текущее положение дел по той теме, которую вы выбрали для своего прикладного исследования, основываясь на анализе степени изученности темы (см. задание к семинару 2, часть 1). Кратко охарактеризовать социальные, экономические, политические, культурные и т.д. факторы, влияющие на данную ситуацию.

1. Как можно полнее представить себе структуру изучаемой ситуации, вычленив наиболее существенные ее элементы и факторы и определить, к каким научным дисциплинам они относятся.
2. Вычленив уже известные, явные компоненты изучаемой ситуации, которые не требуют специального анализа и выступают как информационная база для рассмотрения неизвестных элементов (см. табл. к семинару 2, часть 1).
3. Выделить в изучаемой ситуации главные (существенные) и подчиненные (второстепенные) компоненты.

Какое неразрешимое противоречие вы видите? Каких знаний по вашей теме не хватает?

3. Нормативное исследование ситуации. Опишите будущее (желаемое, должное) состояние объекта исследования. Используйте научную литературу по теме МКР и творческое воображение.

4. Постановка проблемы исследования. Какую проблемную ситуацию ваше исследование должно разрешить? Какое противоречие должно быть снято между существующим и должным положением дел? Какой дефицит в знаниях должен быть восполнен в результате вашего исследования?

Литература:

Добреньков В.И. Методы социологического исследования: учебник / В. И. Добреньков, А. И. Кравченко. М.: Инфра-М, 2013. С. 152-160.

Задание семинарского занятия должно быть выполнено в письменном виде (не более 3 стр.). Текст желательно распечатать.

Задание 6: Теоретическая и эмпирическая интерпретация, логический анализ исходных понятий

1. **Определение содержания исходных понятий (ключевых слов темы).** Выделить ключевое понятие (ключевые понятия) темы вашего исследования. Выписать из научной литературы (см. задание к семинару 2) основные определения данного понятия (данных понятий). Для каждого определения указать ссылки на используемую литературу. Если вы используете несколько ключевых понятий, обозначьте связи между ними в виде схемы.
2. **Построение структуры исходных понятий (связи общих и частных понятий).** Из каких частных понятий (элементов) состоит ключевое понятие (ключевые понятия) темы вашего исследования? Какие связи между этими понятиями (элементами)? Обозначьте выделенные связи в виде схемы.
3. **Связь выделенных понятий с объективными и субъективными факторами.** Поразмышляйте, каким образом на выделенные вами понятия действуют объективные факторы (социальные, экономические, политические, культурные и т.д.)? Каким образом на них действуют субъективные факторы (ценности, мировоззрение, индивидуальные представления и т.д.)? Дополните вашу схему (впишите в нее действие объективных и субъективных факторов).
4. **Эмпирическая интерпретация (операционализация исходных понятий).** Сформулируйте список частных понятий, которые могут выступить в качестве эмпирических индикаторов по отношению к выделенным вами понятиям. Эмпирический индикатор – это элемент или характеристика изучаемого явления, которая доступна наблюдению и измерению. Проверьте свой список на одном из источников по теме вашего исследования: эмпирические индикаторы должны однозначно регистрироваться для измерения количественных статистических показателей.
5. **Выдвижение гипотез.** Какие гипотезы у вас появились после осмысления исходных понятий вашего исследования? Запишите их. Не забывайте, что гипотеза должна быть эмпирически проверяемой.

Задание семинарского занятия должно быть выполнено в письменном виде (не более 3 стр.). Текст желательно распечатать. Схемы могут быть выполнены от руки.

Литература:

Добренков В.И. Методы социологического исследования: учебник / В. И. Добренков, А. И. Кравченко. М.: Инфра-М, 2013. С. 167-177.

Задание 7: Формирование выборки для прикладного исследования в рамках МКР

Часть 1: подготовить сообщение об одном из типов выборки.

Типы выборки:

Вероятностная (случайная) выборка.

- Простой случайный отбор.
- Систематический отбор.
- Районированная и стратифицированная выборка.
- Гнездовая выборка.

Невероятностная (неслучайная) выборка.

- Квотная выборка.
- Многоступенчатая выборка.

Часть 2: выбрать тип выборки для своего прикладного исследования в рамках МКР. Обосновать, почему целесообразно использовать именно такой тип выборки.

Литература:

Добреньков В.И. Методы социологического исследования: учебник / В. И. Добреньков, А. И. Кравченко. М.: Инфра-М, 2013. С. 81-146.

Задание 8: Программа прикладного исследования в области рекламы и связей с общественностью (по одному из аспектов МКР)

Структура работы:

1. **Актуальность исследования (1/2 стр.)** – краткая характеристика, почему важно исследовать эту тему? почему Вы ее избрали, в чем важность ее исследования *для развития науки и практик в области рекламы и связей с общественностью*, понимания коммуникативных процессов и явлений.

3 возможных направления характеристики актуальности:

- *Не изученность выбранной темы* (тема новая, лит-ры нет)
- *Систематизация, обобщение* уже существующей лит-ры (лит-ры много)
- *Возможность решения определенной практической задачи* на основе полученных в исследовании данных

2. **Степень изученности темы (1 стр.)** – обзор литературы по теме исследования, отвечающий на вопросы: Какова история изучения данной исследовательской проблемы? Каков современный уровень ее разработки?

Литература по теме исследования может:

- быть непосредственно посвященной выбранной теме исследования (что встречается крайне редко)
- рассматривать более крупную теоретическую проблему по отношению к теме исследования
- затрагивать той или иной аспект рассматриваемой темы исследования

В обзоре указывается:

1. *когда, в каком контексте и почему возникла* данная научная **проблема**
2. *суть проблемы, какие стадии* прошло ее изучение
3. анализ поворотных моментов
4. какие вопросы *получили разрешение* в изученных работах, *на какие оценки и выводы* их авторов **Вы опираетесь**
5. какие проблемы *не решены*, и вы *будете* их решать
6. какие проблемы *не решены*, и вы *не будете* их решать

При написании обзора литературы необходимо ввести критерии, по которым отбирается литература (по хронологическому или тематическому принципу), и разбить ее на группы, например, по дисциплинам, в рамках которых рассматривается тема исследования. В рамках группы указать, какие аспекты темы рассмотрел тот или иной исследователь, сделать ссылку на его работы (например, В.В.Иванов [сноска] исследовал такие-то вопросы).

Виды литературы:

1. учебники и учебные пособия
2. монографии (индивидуальные и коллективные)
3. сборники статей
4. статьи периодических научных и специализированных изданиях
3. **Научная проблема (1 абзац).** Формулируется как противоречие между позитивным (дескриптивным) и нормативным (желательным) описанием ситуации (см. семинар 3).
4. **Объект исследования (1 предложение)** – что (какое явление или процесс) мы хотим изучить? (*целое, общее*)

Предмет исследования (1 предложение) – какой из аспектов объекта исследования мы хотим изучить? Обычно совпадает или почти совпадает с формулировкой темы. (*часть, частное*)

Объект – предметы, люди, события и т.п., которые мы изучаем; предмет – это то, что у этих предметов и т.п. изучается.

5. **Хронологические и географические рамки исследования (1-2 предложения).** Какой временной период (годы) и какое географическое пространство (страны, регионы) охватывает исследование?

6. **Цель и задачи исследования** – чего мы хотим достичь в результате проведенного исследования? (*образ будущего*)

Цель (1 предложение) выводится из названия исследования, а задачи (2-3, больше не надо) показывают, какие последовательные шаги мы должны осуществить, чтобы добиться цели.

Вспомогательные слова:

1. Исследовать, изучить, проанализировать
2. Рассмотреть, сформулировать, выявить
3. Доказать обосновать, аргументировать
7. **Эмпирическая база (Источники)** – какими источниками (не путать с литературой!) мы будем руководствоваться при написании курсовой работы?

Главное отличие источников от литературы: они содержат ФАКТЫ, А НЕ ИХ АНАЛИЗ.

Виды источников:

6. опубликованные (периодические издания, законодательные акты, мемуары, переписка) /неопубликованные (рукописи, документы для внутреннего пользования, раздаточные материалы),
7. письменные/аудио-(аудиозаписи)/визуальные (изображения, видеозаписи),
8. материалы интернет-сайтов изучаемых объектов, которые содержат факты,
9. первичные данные социологических исследований,
10. статистические данные.

Характеризуя использованные источники, Вы, прежде всего, указываете:

- *когда, где и в связи с чем возник* каждый из них,
- *кем и для какой цели* он был создан,

- *каково его основное содержание.*
- *в решении каких вопросов Вы опирались на тот или иной источник, чем он помог Вашему исследованию.*

При составлении обзора источников необходимо ввести критерии, по которым они отбираются (по виду или по теме).

8. **Выборка.** Указать тип выборки для Вашего исследования и описать, каким образом вы будете отбирать источники из генеральной совокупности.
9. **Методы.** Какой метод прикладного исследования Вы будете использовать (перечень методов см. в лекциях).
10. **Гипотезы.** Какие гипотезы у вас появились после теоретической и эмпирической интерпретации, логического анализа исходных понятий вашего исследования (см. семинар 4)? Напишите не менее 2-3 эмпирически проверяемых гипотез, которые вы будете проверять в ходе своего прикладного исследования.

По итогам выполнения задания подготовьте письменный текст (5-10 стр.). Распечатанный текст перед защитой желательно отдать руководителю практики для получения оперативной обратной связи.

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

4.1. Список источников и литературы

Источники

Основные

Всероссийский рейтинг АКМР «TOP-COMM-2019». URL: <https://corpmedia.ru/rating/results/rejting-2019/>.

World PR Report 2018-2019 (ICCO, The Holmes Report). P. 4-23, 25-27, 37-49. URL: <http://www.akospr.ru/wp-content/uploads/2012/02/World-PR-Report-2018-19-Final-Web-26112018-1.pdf>.

Национальный рейтинг коммуникационных компаний (НР2К), 2018. URL: <http://pracademy.ru/rejting-nr2k>.

ГОДОВОЙ ОТЧЕТ — 2017 / АККОС. М., 2017. С. 28-35. URL: http://www.akospr.ru/wp-content/uploads/2019/01/AKOS_AnuualReport_2017_001.pdf.

Меморандум АККОС о методах оценки качества PR-деятельности (KPI) // ГОДОВОЙ ОТЧЕТ — 2015 / АККОС. М., 2015. С. 85-112. URL: http://www.akospr.ru/wp-content/uploads/2015/12/AKOS_REPORT_2015.pdf.

Дополнительные

Результаты исследования «Особенности российского рынка PR-услуг: структура, динамика, специализация», 2015. Проведено АККОС и Sostav.ru. URL: <http://www.sostav.ru/publication/pr-rynok-akos-17211.html>. Или ГОДОВОЙ ОТЧЕТ — 2015 / АККОС. М., 2015. С. 30-52. URL: http://www.akospr.ru/wp-content/uploads/2015/12/AKOS_REPORT_2015.pdf.

Профессиональный стандарт специалиста по связям с общественностью. Подготовлен РАСО в 2014 г. URL: <http://www.raso.ru/profstandart.php>.

Классификация PR-деятельности в России (редакция 2013 г., в соответствии с исследованием «Профессиональные услуги и специализация агентств — членов АККОС»). URL: <http://www.akospr.ru/standarty-industrii/klassifikaciya-vidov-pr>.

Квалификационные характеристики специалистов по связям с общественностью [разработанные по поручению РАСО экспертами Института независимого коммуникационного анализа, утвержденные постановлением Минтруда РФ в 2003 г.] // Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих (в любой редакции).

Минимальные стандарты качества (МСК). Разработаны Международным институтом качества связей с общественностью (ИКПР) и приняты на всемирном конгрессе PR в Хельсинки в июне 1997 г. // Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд. М., 2001. С. 269-278 (Приложение 1).

Литература

Основная

1. 50 лучших проектов национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный лучник», 2017 г. / Попечит. совет нац. премии в области развития обществ. связей «Серебряный лучник». М., 2019. URL: <https://www.best-project.club/tom10>.
2. Китчен Ф. Паблик рилейшнз: принципы и практика. М., 2017. 454 с. URL: <http://new.znaniy.com/go.php?id=1028605>.
3. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью». М., 2017. 157, [2] с.

Дополнительная

4. Корпоративная коммуникация в России: дискурсивный анализ: коллективная монография. М., 2017. 630 с.
5. Горкина М. Б. Пять шагов от менеджера до PR-директора. М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. 220 с. URL: <http://new.znaniy.com/go.php?id=917544>.
6. 10 лет измерений: эволюция или революция? М.: PR NEWS, 2015. URL: <https://docplayer.ru/36669566-10-let-izmereniy-evolyuciya-ili-revolyuciya.html>.
7. Ларионов Е. Краткое руководство по медиаанализу и оценке эффективности PR. М.: АКООС, 2015. URL: http://www.akospr.ru/wp-content/uploads/2015/06/AKOS_Ex-Libris_rukovodstvo_02.09.2015.pdf.
8. Катлип С. Паблик рилейшнз. Теория и практика / С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум. М., 2016. URL: <https://sites.google.com/site/svyaznost/biblioteka>.
9. Корпоративные коммуникации в России: Анализ рынка по результатам исследования TOP-COMM 2014 / Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России; под общим рук-вом И.В.Игнатъева. М., 2015. URL: <https://sites.google.com/site/svyaznost/biblioteka>.

4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Holmes Report. URL: <http://www.holmesreport.com/>.

European Communication Monitor (2007-2018). URL: <http://www.zerfass.de/ECM-WEBSITE/>.

РАСО www.raso.ru

АКОС <http://www.akospr.ru>

IABC Russia <http://www.communicators.ru>

АКАР (до 2004 г. – РАРА) <http://www.akarussia.ru>

АКМР (с 2004 г.) <http://corpmedia.ru>

РАОС <http://pracademy.ru>

Пресс-служба <http://www.press-service.ru>

Независимый интернет-журнал о PR Mediabitch www.mediabitch.ru

Sostav.ru ведущее российское отраслевое СМИ в области рекламы, маркетинга и PR
www.sostav.ru
 Pressfeed www.pressfeed.ru
 ФРОС «Region PR» <http://www.regionpr.ru/>
 Академия Коммуникаций Wordshop (реклама, видео и продюсирование)
<http://www.wacademy.ru/>
 Baltic Weekend международный форум по коммуникациям
<http://www.balticweekend.com/ru>
 ICCO Global Summit <http://www.iccosummit.org/>
 Russian Sponsorship Forum <http://sponsorforum.ru/>
 IPRA www.ipra.org
 IPR www.instituteforpr.com
 IABC <https://www.iabc.com/>
 EACD <http://www.eacd-online.eu/>
 EUPRERA <http://www.euprera.org/>
 PRSA www.prsa.org
 ICCO www.iccopr.com
 Commission PR Education www.commpred.org
 PR News (weekly newsletter) www.prnewsonline.com
 PR Watch www.prwatch.org
 Communication Director <http://www.communication-director.com/>

Перечень БД и ИСС

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

5. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Для прохождения практики учащимся потребуется доступ в Научную библиотеку РГГУ и Российскую государственную библиотеку; базы данных, имеющиеся в указанных выше библиотеках; базы СМИ (Медиалогия, Интегрум, Scan, Factiva или LexisNexis в зависимости от задач исследования); доступ в интернет, осуществляемый в медиатеке

РГГУ, а также персональный компьютер с пакетом программ, необходимых для подготовки отчета.

Состав программного обеспечения (ПО)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное

6. Организация практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости программа практики может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого от студента требуется представить заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) и личное заявление (заявление законного представителя).

В заключении ПМПК должно быть прописано:

- рекомендуемая учебная нагрузка на обучающегося (количество дней в неделю, часов в день);
- оборудование технических условий (при необходимости);
- сопровождение и (или) присутствие родителей (законных представителей) во время учебного процесса (при необходимости);
- организация психолого-педагогического сопровождение обучающегося с указанием специалистов и допустимой нагрузки (количества часов в неделю).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при необходимости могут быть созданы фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Форма проведения текущей и итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно (на бумаге, на компьютере), в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Форма проведения практики для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (инвалидностью) устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере и т.п.). Выбор мест прохождения практик для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) производится с учетом требований их доступности для данных обучающихся и рекомендации медико-социальной экспертизы, а также индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При направлении инвалида и обучающегося с ОВЗ в организацию или предприятие для прохождения предусмотренной учебным планом практики Университет согласовывает с организацией (предприятием) условия и виды труда с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы и индивидуальной программы реабилитации инвалида. При необходимости для прохождения практик могут создаваться специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых обучающимся-инвалидом трудовых функций.

Защита отчета по практике для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств общего и специального назначения. Перечень используемого материально-технического обеспечения:

- учебные аудитории, оборудованные компьютерами с выходом в интернет, видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;
- библиотека, имеющая рабочие места для обучающихся, оборудованные доступом к базам данных и интернетом;
- компьютерные классы;
- аудитория Центра сопровождения обучающихся с инвалидностью с компьютером, оснащенная специализированным программным обеспечением для студентов с нарушениями зрения, устройствами для ввода и вывода голосовой информации.

Для лиц с нарушениями зрения материалы предоставляются:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Защита отчета по практике для лиц с нарушениями зрения проводится в устной форме без предоставления обучающимся презентации. На время защиты в аудитории должна быть обеспечена полная тишина, продолжительность защиты увеличивается до 1 часа (при необходимости). Гарантируется допуск в аудиторию, где проходит защита отчета, собаки-проводника при наличии документа, подтверждающего ее специальное обучение, выданного по форме и в порядке, утвержденных приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации 21 июля 2015г., регистрационный номер 38115).

Для лиц с нарушениями слуха защита проводится без предоставления устного доклада. Вопросы комиссии и ответы на них представляются в письменной форме. В случае необходимости, вуз обеспечивает предоставление услуг сурдопереводчика.

Для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата защита итогов практики проводится в аудитории, оборудованной в соответствии с требованиями доступности. Помещения, где могут находиться люди на креслах-колясках, должны размещаться на уровне доступного входа или предусматривать пандусы, подъемные платформы для людей с ограниченными возможностями или лифты. В аудитории должно быть предусмотрено место для размещения обучающегося на коляске.

Дополнительные требования к материально-технической базе, необходимой для представления отчета по практике лицом с ограниченными возможностями здоровья, обучающийся должен предоставить на кафедру не позднее, чем за два месяца до проведения процедуры защиты.

АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ (научно-исследовательская работа)

Практика реализуется кафедрой теории и практики общественных связей факультета рекламы и связей с общественностью Института массмедиа и рекламы РГГУ.

Цель практики – формирование у магистрантов профессиональных навыков по проведению исследовательской и аналитической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи практики:

- сформировать у студентов способность создавать медиатексты и коммуникационные продукты с учетом общественно-политических, социально-экономических, правовых и культурных факторов;
- создать условия для овладения основными принципами организации исследования аудиторий и потребностей общества, а также методами анализа взаимоотношений государства и общества, мирового культурного процесса, медиакоммуникационных систем, технологического прогресса в профессиональной сфере;
- обеспечить готовность студентов к организации социологического исследования и интерпретации его результатов, а также составлению практических рекомендаций на его основе с учетом социальной ответственности специалиста по коммуникациям.

Практика направлена на формирование общепрофессиональных компетенций:

- 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-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-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
- 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-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-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
- ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

По практике предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта с оценкой.

Общая трудоемкость практики составляет 12 зачетных единиц.

ГРАФИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**УТВЕРЖДАЮ****Зав. кафедрой теории и практики общественных связей**

« ____ » _____ 20__ г.

Дата (даты)	Раздел практики	Отметка о выполнении

Индивидуальное задание на практику
(составляется руководителем практики от кафедры)

Руководитель практики
от кафедры

_____ / Жукова Е.Н.
(подпись) (Ф.И.О.)

Руководитель практики
от кафедры

_____ / _____
(подпись) (Ф.И.О.)

ФОРМА ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА ОТЧЁТА

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный гуманитарный университет»

(РГГУ)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра теории и практики общественных связей

Отчёт о прохождении практики
Научно-исследовательская работа

Направление 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность: Медиатехнологии в современной коммуникативной индустрии

Уровень квалификации выпускника *магистр*

Форма обучения *очная*

Студента/ки 1 курса
очной формы обучения

_____ (ФИО)

Руководитель практики

_____ (ФИО)

Москва 20 г.

**ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ХАРАКТЕРИСТИКИ С МЕСТА ПРОХОЖДЕНИЯ
ПРАКТИКИ**

Характеристика

на студента/тку 1 курса факультета рекламы и связей с общественностью
Российского государственного гуманитарного университета
_____ (ФИО)

_____ (ФИО) проходил/а производственную практику в _____
_____ на должности _____.

За время прохождения практики обучающийся/обучающаяся ознакомился/лась с:
_____, выполнял/а _____, участвовал/а в
_____.

За время прохождения практики _____ (ФИО) зарекомендовал/а себя как
_____.

Оценка за прохождение практики – «_____».

Руководитель практики
от кафедры

(дата)

_____ (ФИО)

(подпись)

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры
№ 13 от 18.06.2020г

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочей программе практики «*Научно-исследовательская работа*»

по направлению подготовки «*Реклама и связи с общественностью*»

на 2020/2021 учебный год

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	Приложение №1	18.06.20г.	№ 13

1. В п.1.7 «Объем практики» вносятся следующие изменения.

Общая трудоемкость научно-исследовательской работы составляет 12 з.е., 456 ч., из них 16 ч. контактная и 440 ч самостоятельная работа. Данный вид практики проходит во втором, третьем и четвертом семестрах.

Во втором семестре объем научно-исследовательской работы составляет 3 з.е., 114 ч., из них 4 ч. контактная и 110 ч самостоятельная работа, и продолжается 2 недели.

В третьем семестре объем научно-исследовательской работы также составляет 3 з.е., 114 ч., из них 4 ч. контактная и 110 ч самостоятельная работа, и продолжается 2 недели.

В четвертом семестре объем научно-исследовательской работы составляет 6 з.е., 228 ч., из них 8 ч. контактная и 220 ч самостоятельная работа. Практика продолжается 4 недели.

2. В п.4 «Образовательные технологии» вносятся следующие изменения.

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

3. В п.6.2 «Перечень БД и ИСС» вносятся следующие изменения.

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

4. В п.7 «Состав программного обеспечения (ПО)» вносятся следующие изменения.

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное