

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(РГГУ)**

**ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ  
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы**

**Производственная практика (Научно-исследовательская работа)**

**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность «Реклама и связи с общественностью в цифровой  
среде»

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения очно-заочная

РПП адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2025

**Производственная практика (Научно-исследовательская работа)**

Программа практики

Составитель(и):

д.э.н., проф. Ю.Ю. Шитова

к.э.н., доц. А.А. Митрошин

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры .....

№ 6 от 30.10.2024 г.

## Оглавление

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.....	4
1.1 Цель и задачи практики:.....	4
1.2. Вид и тип практики.....	4
1.3. Места проведения практики:.....	4
1.4. Тип (типы) и задачи профессиональной деятельности.....	4
1.5. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесённые с планируемыми результатами освоения образовательной программы:.....	4
1.6 Место научно-исследовательской работы в структуре образовательной программы.....	4
2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ.....	4
3. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ (НИР).....	4
3.1 Формы отчётности по НИР.....	4
3.2. Критерии выставления оценки.....	4
3.3. Оценочные средства (материалы) для промежуточной аттестации обучающихся по практике.....	4
4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ.....	4
4.1 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2023 г.).....	4
5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ.....	4
6. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ...4	4
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	4

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### 1.1 Цель и задачи практики:

*Цель НИР* - развитие первичных навыков самостоятельной познавательной научно-исследовательской деятельности студентов, формирование у них профессионального мировоззрения в определенной области и способности использования научного исследовательского аппарата в практике

*Задачи НИР:*

- закрепление теоретических знаний;
- расширение профессиональных знаний, полученных ими в процессе обучения по дисциплинам ОП;
- ведение библиографической работы с привлечением современных информационных технологий;
- постановка и решение задач профессиональной деятельности, возникающих в ходе выполнения научно-исследовательской работы;
- выбор необходимых методов исследования (модификация, адаптация существующих), исходя из задач конкретного исследования и проектной работы;
- применение современных информационных технологий при проведении научных и прикладных исследований;
- анализ и обработка полученных результатов, представление их в виде завершенных научно-исследовательских разработок (отчета по научно-исследовательской работе, тезисов докладов, научных статей)
- презентация и публичная защита своих научных исследований и проектных разработок.

### 1.2. Вид и тип практики.

Вид практики – производственная, тип практики – научно-исследовательская работа.

### 1.3. Места проведения практики:

Практика проводится в структурных подразделениях РГГУ, предназначенных для практической подготовки или в профильных организациях на основании договора, заключаемого между РГГУ и профильной организацией.

### 1.4. Тип (типы) и задачи профессиональной деятельности

В ходе выполнения научно-исследовательской работы осуществляется ориентация на следующие виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники по профилю их образовательной подготовки бакалавровского уровня квалификации по направлению – «Реклама и связи с общественностью в цифровой среде»: организационный, маркетинговый, авторский, социально-просветительский, технологический.

В соответствии с учебным планом по направлению образовательной подготовки: № 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью (профиль «Реклама и связи с общественностью в цифровой среде») формируются следующие компетенции: УК-1; УК-6; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7

### 1.5. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесённые с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

Компетенция (код и)	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
------------------------	---------------------------	---------------------

наименование)	(код и наименование)	
<b>Универсальные компетенции</b>		
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Применяет знание основных теоретико-методологических положений философии, концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории, методологических основ системного подхода;	<p><i>Знать:</i> основные способы сбора, обработки, анализа данных с целью формирования основы профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в качестве практиканта.</p> <p><i>Уметь:</i> использовать современные информационно-коммуникационные методы сбора, обработки и анализа данных с целью создания медиапродуктов и технологий для их дальнейшего продвижения; находить и использовать достоверную информацию в рамках ведения профессиональной деятельности; составлять сопровождающую документацию медиапродукта в качестве ассистента (практиканта) специалиста по рекламе и связям с общественностью.</p> <p><i>Владеть:</i> способностью к анализу данных рынка медиапродукции; способностью поиска и представления медиапродукта; навыками выработки технологий продвижения медиапродукта до потенциального потребителя; навыками составления соответствующей сопровождающей документации в качестве ассистента (практиканта) специалиста по рекламе и связям с общественностью.</p>
	УК-1.2 Формирует и аргументировано отстаивает собственную позицию по различным философским проблемам, обосновывает и адекватно оценивает современные явления и процессы в общественной жизни на основе системного подхода	<p><i>Знать:</i> основные теоретические модели организации массовой коммуникации в обществе для определения стратегических основ своей профессиональной деятельности в качестве практиканта.</p> <p><i>Уметь:</i> аргументировано отстаивать собственную позицию по осуществлению текущих коммуникативных практик, исходя из выбора практиканта наиболее подходящей для данного вида коммуникативной практики теоретической модели организации массовой коммуникации, тем самым демонстрируя свою готовность самостоятельно выполнять функционал будущей своей профессиональной деятельности в качестве ассистента (практиканта) специалиста по рекламе и связям с общественностью</p> <p><i>Владеть:</i> способностью к осуществлению поиска, критического анализа и синтеза информации, постановке задач и выбору путей ее достижения в процессе самоорганизации студента в ходе всей его профессиональной деятельности в качестве практиканта.</p>
УК -6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК 6.1. Определяет цели собственной деятельности, оценивая пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов	<p><i>Знать:</i> цели собственной деятельности, в рамках прохождения данного вида практики, чтобы рационально распределить собственное время на выполнения всех контрольных заданий по данной практике.</p> <p><i>Уметь:</i> управлять собственным временем как основой для самоорганизации и самообразования в ходе прохождения всех этапов данного вида практики.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками определения временной перспективы выполнения отдельных контрольных заданий по данной практике с целью выработки понимания значения дедлайна в практиках профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью</p>
	УК-6.2. Формулирует цели собственной деятельности, определяя пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов	<p><i>Знать:</i> типичные цели в рамках выполнения профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в качестве практиканта; ресурсоемкость производства и продвижения медиапродукта с учетом экономической ситуации региона; методику построения временных ограничений в период производства и продвижения медиапродукта.</p> <p><i>Уметь:</i> разрабатывать временную таблицу и график производства и продвижения медиапродукта; разрабатывать стратегию производства медиапродукта; планирование затрат ресурсов на производство и продвижение медиапродукта; проводить анализ состояния средств компании для дальнейшего планирования работы; проводить анализ перспективы реализации медиапродукта при начале осуществления коммуникационной кампании или</p>

		<p>мероприятия в ходе выполнения задания по данному виду практики.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками планирования затрат ресурсов компании для осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; способностью к планированию временных затрат для разработки и продвижения медиапродукта; способностью к анализу и планированию стратегии достижения поставленных целей для реализации профессиональной деятельности, технологиями тайм-менеджмента путей достижения целей данного вида практики с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов по итогам прохождения данного вида практики</p>
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>		
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	<p><i>Знать:</i> основные достижения отечественной и мировой культуры с целью использования в данном виде практики при создании актуальных медиатекстов и медиапродуктов</p> <p><i>Уметь:</i> демонстрировать в создаваемых медиатекстах или медиапродуктах, а также при подготовке иных коммуникативных продуктов, профессиональный кругозор практиканта в сфере отечественного и мирового культурного процесса.</p> <p><i>Владеть:</i> технологиями создания медиатекстов или медиапродуктов, а также при подготовке иных коммуникативных продуктов с использованием достижений отечественной и мировой культуры.</p>
	ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<p><i>Знать:</i> отечественную и мировую историю культуры; мировые и региональные особенности культуры; методы использования художественного наследия мира и региона для создания эффективного и актуального медиапродукта; способы продвижения медиапродукта с использованием достижений отечественной и мировой культуры, в рамках выполнения заданий по данному виду практики.</p> <p><i>Уметь:</i> определять наиболее актуальные тенденции в отечественном и мировом искусстве; раскладывать наиболее актуальные тенденции в искусстве на элементы, в дальнейшем подходящие для использования в процессах создания и продвижения медиапродукта, в рамках выполнения заданий по данному виду практики.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками анализа культурных и иных истории и традиций для создания и продвижения актуального и специализированного медиапродукта; способностью к проведению анализа актуальных тенденций в отечественной и мировой культуре; способностью использования релевантных элементов культуры для создания и продвижения медиапродукта, в рамках выполнения заданий по данному виду практики.</p>
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	<p><i>Знать:</i> алгоритм выявления запросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности в качестве практиканта по рекламе и связям с общественностью.</p> <p><i>Уметь:</i> проводить социологические исследования для выработки содержания стандартных задач и определения оптимальных способов их решения в собственной профессиональной деятельности в качестве практиканта по рекламе и связям с общественностью</p> <p><i>Владеть:</i> навыком сопоставления социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп при решении профессиональных задач в рекламе и связях с общественностью в ходе прохождения данного вида практики.</p>
	ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и	<p><i>Знать:</i> особенности поиска и сбора данных для составления стратегии производства и распространения медиапродукта; методы работы с целевыми аудиториями; методы анализа полученных данных для применения в области рекламы и</p>

	<p>потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникаций</p>	<p>связей с общественностью; способы использования полученных данных для выработки стратегии проведения рекламных и иных компаний во время исполнения профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в качестве практиканта. <i>Уметь:</i> в ходе прохождения практики продемонстрировать свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью в построении коммуникации с целевыми группами для выработки стратегии создания и дальнейшего распространения медиапродукта; создавать медиатексты, актуальные и релевантные для целевых групп, отражающие аналитическую деятельность и таргетированность итогового продукта. <i>Владеть:</i> навыками профессиональной устной и письменной коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью; аналитическими способностями для проведения исследования потенциального рынка с участием целевых групп; способностью к написанию медиатекстов, отражающих проведенную работу в ходе выполнения заданий по данному виду практики по исследованию восприятия медиапродукта в целевых (адресных) группах (аудиториях).</p>
<p>ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие различных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p><i>Знать:</i> основы анализа ситуации на глобальном, национальном и региональном уровнях для определения влияния политической ситуации на деятельность в области рекламы и связей с общественностью; основы экономического анализа для построения стратегии создания и распространения медиапродукции с учетом экономических возможностей и потребностей на глобальном, национальном и региональном уровнях; законодательство, регулирующее деятельность индустрии рекламы и связей с общественностью на глобальном, национальном и региональном уровнях; философско-этические нормы, влияющие на осуществление профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в качестве практиканта на глобальном, национальном и региональном уровнях. <i>Уметь:</i> осуществлять политологический анализ взаимодействия индустрии рекламы и связей с общественностью с акторами глобального, национального и регионального уровней; осуществлять экономический анализ возможностей и потребностей рынка рекламы и связей с общественностью на глобальном, национальном и региональном уровнях; использовать глобальное, национальное и региональное правовое обеспечение профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в качестве практиканта; использовать и взаимодействовать с философско-этическими нормами глобального, национального и регионального уровней. <i>Владеть:</i> навыками и методами проведения политологического анализа на глобальном, национальном и региональном уровнях; навыками и методами проведения экономического анализа глобального, национального и регионального рынка рекламы и связей с общественностью; возможностью взаимодействия с различными философско-этическими нормами регулирования профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью при выполнении заданий по данному виду практики.</p>
	<p>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационно</p>	<p><i>Знать:</i> основные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования и как их применять в собственной профессиональной деятельности в качестве практиканта по рекламе и связям с общественностью. <i>Уметь:</i> осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью в ходе прохождения данного вида практики с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной</p>

	й системы	медиакоммуникационной системы. <i>Владеть:</i> профессиональными навыками создания медиатекста, медиапродукта или коммуникационного продукта, в ходе прохождения данного вида практики, созданного исходя из актуальных трендов развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, с учетом политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационнокоммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	<i>Знать:</i> актуальные технические и технологические потребности обеспечения профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью с целью их использования для выполнения заданий по данному виду практики. <i>Уметь:</i> использовать современные технические и технологические средства обеспечения деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать профессиональное программное обеспечение для создания и продвижения медиапродукции в ходе прохождения данного вида практики. <i>Владеть:</i> навыками отбора и использования технических и технологических средств обеспечения профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, в т.ч. использование профильного программного обеспечения в рамках выполнения практических заданий по данному виду практики.
	ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<i>Знать:</i> современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов и как их применять в ходе выполнения профессиональных заданий по данному виду практики. <i>Уметь:</i> использовать в своей профессиональной деятельности в рамках прохождения данного вида практики современных технических средств и информационнокоммуникационных технологий. <i>Владеть:</i> технологиями выстраивания онлайн и офлайн коммуникаций при помощи современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения с целью успешного выполнения контрольных заданий по данной практике.

### 1.6 Место научно-исследовательской работы в структуре образовательной программы

Научно-исследовательская работа (производственная практика) относится к блоку Б2 («Практика. Часть, формируемая участниками образовательных отношений») учебного плана направления образовательной подготовки студентов-бакалавров по рекламе и связям с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в цифровой среде». Являясь составной частью учебного процесса по профессиональной подготовке по специальности, научно-исследовательская работа должна быть органично взаимосвязана с базовыми дисциплинами, в процессе изучения которых формируются необходимые теоретические знания, а также отрабатываются навыки и умения постановки и решения прикладных задач.

Для прохождения практики необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Основы теории коммуникации, История цифровой рекламы, Основы профессиональной деятельности, Введение в коммуникационные специальности, Адаптация к профессиональной деятельности, Адаптивные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, Иностранный язык, Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях Теория и практика маркетинга, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Психология в рекламе и связях с общественностью, Социология в рекламе и связях с общественностью, Теория и практика связей с общественностью, Теория и практика рекламы, Правовое регулирование рекламы

и связей с общественностью, Этическое регулирование рекламы и связей с общественностью, Реклама в мировой культуре, Поведение потребителя в цифровой среде, : Исследования в связях с общественностью, Визуальные коммуникации, Теория и практика связей с общественностью, Теория и практика рекламы, Цифровые коммуникации, Интегрированные коммуникации, Речевые коммуникации в связях с общественностью и рекламе, Теория и практика медиакоммуникаций, Методы измерений в интернет-коммуникациях, Креатив в современных цифровых мессенджерах, Методы хранения информации в цифровой рекламе и связях с общественностью, Веб-дизайн в рекламе, Наружная и внутренняя реклама, Коммуникации в социальных сетях.

В результате прохождения практики формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик, Организация и проведение коммуникационных кампаний, Разработка и технология производства рекламного продукта: видеореклама, Интернет-коммуникации в цифровой среде, Цифровой брендинг, Программное медиапланирование, Цифровые технологии внутренних коммуникаций, Аналитика в современных медиа, Веб-аналитика в рекламе и связях с общественностью, Менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Профессионально-ознакомительная практика, Научно-исследовательская работа, Преддипломная практика.

#### **1.6. Объем НИР. Общие положения**

Научно-исследовательская работа (производственная практика) проводится на четвертом курсе в восьмом семестре. Общая трудоемкость практики составляет 9 зачетные единицы – 342 часов в рамках календарного учебного графика.

## **2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ**

Содержание программы научно-исследовательской работы ориентировано на овладение студентом современной методологией научного исследования, его апробации и защиты его результатов. НИР предполагает освоение реферативной деятельности, организации кабинетных исследований, в частности изучения информационного пространства выбранной тематики, работа с библиографией, формирование научного аппарата; творческая научная продуктивная деятельность; публичная научная и просветительская деятельность, организация эмпирического исследования, апробация исследование через участие в отраслевых, научных конкурсов и получение практического опыта организации научно-практических мероприятий.

<b>Наименование раздела</b>	<b>Содержание и виды работ</b>
Инструктаж по технике безопасности	Инструктаж по технике безопасности. Получение индивидуального задания по прохождению учебной практики и составление плана выполнения работ и пр.
Выполнение заданий. Выполнение анализа собранного материала.	Выполнение работ, указанных в таблице, в соответствии с индивидуальным планом и научными интересами
Подготовка и защита отчёта по практике	составление отчета, защита практики

Вид деятельности	Виды работы организационный, маркетинговый, социально-просветительский, технологический, авторский
Организационная	Участие в организации ВУЗовского научно-практического мероприятия (конференции, круглого стола, форума и т.д)
	Участие в организации профориентационного мероприятия с аффилиацией РГГУ
	Участие в организации просветительского мероприятия с аффилиацией РГГУ (вне РГГУ)
Авторская /Творческая научная продуктивная деятельность	Публикация материала (статьи) по результатам своего исследования или отчета по работе в научном мероприятии
	Разработка проекта и участие в отраслевых конкурсах и в конкурсах НИР
	Разработка проекта и участие с ним в грантах
Социально-просветительский /публичная научная и просветительская деятельность	Участие в работе научного мероприятия молодых ученых: выступление с докладом, участие в дискуссии или иные формы, с аффилиацией с ФРИСО РГГУ
	Выступление с проф-ориентационном мероприятии/ лекцией с аффилиацией с ФРИСО РГГУ
Технологический/ организация эмпирического исследования	Разработка программы эмпирического исследования и его проведения в рамках инициативных исследований или по теме ВКР
	Участие в работе научного кружка кафедры

### Порядок работы над НИР:

1. Ознакомление с Программой НИР (в ЛК или на странице кафедры в разделе Учеба - Практики и НИР студентов);
2. Встреча с руководителем НИР, уточнение задания – согласование пунктов работ;
3. Выполнение НИР;
4. Подготовка отчета;
5. Промежуточный контроль в форме защиты отчета по НИР.

Студенты могут также принимать участие в любых формах научно-исследовательской деятельности, предусмотренных настоящей Программой. Студенты должны проявить себя в активной и продуктивной научной деятельности, связанной как с участием, так и с организацией различных научных мероприятий, проведения эмпирических исследований и публикации материалов в научных изданиях.

#### *Научный руководитель НИР:*

- согласовывает программу научно-исследовательской работы и тему исследовательского проекта с руководителем программы подготовки ВКР;
- проводит необходимые организационные мероприятия по выполнению программы НИР;
- определяет общую схему выполнения исследования, график проведения НИР, режим работы студента и осуществляет систематический контроль за ходом НИР;
- оказывает помощь обучающимся по всем вопросам, связанным с выполнением Программы НИР и оформлением отчета;
- дает рекомендации по изучению специальной литературы и методов исследования;
- проводит защиту отчета НИР.

#### *Студент:*

- получает от руководителя НИР указания, рекомендации и разъяснения по всем вопросам, связанным с организацией и прохождением научно-исследовательской работы;
- проводит исследование по утвержденной теме и в установленные сроки в

соответствии с Программой НИР;

- защищает подготовленный отчет по НИР.

### 3. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ (НИР)

#### 3.1 Формы отчётности по НИР

Текущий контроль достигается в процессе общения руководителя НИР со студентом и проверкой хода выполнения работы, согласно Программе НИР, консультаций по ее совершенствованию и планируемым дальнейшим видам научно-исследовательской деятельности. Промежуточная аттестация осуществляется в конце семестра по результатам оценки качества представленных материалов, указанных в Программе НИР, и защиты отчета по НИР. Защита отчета проводится в сроки, установленные в соответствии с рабочим учебным планом. Отчет заверяется подписью руководителя НИР.

Для получения положительной оценки студент должен выполнить все содержание Про- граммы, своевременно оформить текущую и итоговую документации, а также отчет по НИР и получить не менее 50 баллов.

Формами отчётности по НИР являются: индивидуальное задание, график, характеристика, отчёт обучающегося, который состоит из следующих разделов: Титульный лист. Содержание. Введение (актуальность, цели и задачи работы). Таблица с результатами НИР. Документы подтверждающие результаты НИР (сканы документов, скриншоты материалов с сайта и фотоотчет), при эмпирическом исследовании – программа исследования, анкеты, результаты.

#### 3.2. Критерии выставления оценки

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по практике	Критерии оценки результатов практики
100-83/ А,В	<i>«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»</i>	Выставляется обучающемуся, если выполняется весь объем работ, по сумме баллов, исходя из соответствующих оценочных средств, каждый вид деятельности документально подтвержден и описан, отчет выполнен в полном соответствии с предъявляемыми требованиями. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает результаты выполненной работы. Компетенции, закреплённые за практикой, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ С	<i>«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»</i>	Выставляется обучающемуся, если выполняется не в полной мере объем работ, что свидетельствует сумма баллов результатов, исходя из соевствующих оценочных средств, каждый вид деятельности документально подтвержден и описан, отчет выполнен в полном соответствии с предъявляемыми требованиями. Обучающийся достаточно исчерпывающе и логически стройно излагает результаты выполненной работы. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	<i>«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»</i>	Выставляется обучающемуся, если выполняется не в полной мере объем работ, что свидетельствует сумма баллов результатов, исходя из соевствующих оценочных средств, каждый вид деятельности документально подтвержден и описан частично, отчет выполнен не в полном соответствии с предъявляемыми требованиями, содержит фактические ошибки. Обучающийся с затруднениями излагает результаты выполненной работы, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	<i>«неудовлетво- рительно»/ не зачтено</i>	Выставляется обучающемуся, если не выполнен необходимый объем работ, документ, подтверждающие выполнение работы отсутствуют. Отчет представлен не вовремя и не соответствует существующим требованиям. Обучающийся испытывает серьезные затруднения в изложении результатов ра-

		боты, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.
--	--	---

По результатам защиты отчета о выполнении Программы научно-исследовательской работы студент получает дифференцированную оценку, которая складывается из следующих показателей:

1. оценка психологической готовности студента к работе в современных условиях (оцениваются мотивы, движущие исследователем в работе, его понимание целей и задач, стоящих перед специалистом в сфере управления);
2. оценка технологической готовности студента к профессиональной деятельности (оценивается общая дидактическая, методическая, техническая подготовка по проведению научных исследований);
3. оценка умений планировать свою деятельность (учитывается умение студента прогнозировать результаты своей деятельности учитывая реальные возможности и все резервы, которые можно привести в действие для реализации намеченного);
4. оценка исследовательской деятельности студента (степень самостоятельности, качество обработки полученных данных, их интерпретация, достижение цели);
5. оценка работы студента над повышением уровня компетентности менеджера (оценивается поиск эффективных методик и технологий исследования);
6. оценка личностных качества студента (культура общения, уровень интеллектуального, нравственного развития и др.);
7. оценка отношения к научно-исследовательской работе, к выполнению задач НИР.

Оценка по НИР приравнивается к оценкам по дисциплинам теоретического обучения и учитывается при подведении итогов промежуточной (сессионной) аттестации студентов.

Студенты, не выполнившие программу НИР по неуважительной причине или не предоставившие отчет в установленные сроки, а также получившие за проведенную работу неудовлетворительную оценку, считаются не аттестованными и имеющими академическую задолженность.

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

#### **Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на практике**

Во время проведения научно-исследовательской работы (производственной практики) используются следующие технологии: консультирование (в форме кратких лекций) по основным этапам сбора эмпирических материалов к ВКР, индивидуальное обучение приемам работы с информационными потоками в организации, правилам организации наблюдения за процессами создания новости и рекламного сообщения, обучение методам создания и оформления информационных материалов рекламного и PR-характера в организации, где студент проходит научно-исследовательскую работу (производственную практику). Предусматривается самостоятельная работа студентов по сбору эмпирических материалов для собственной ВКР в структурных подразделениях организации под контролем научного руководителя и руководителя от организации по подготовке фактических материалов для эмпирической главы ВКР (в т.ч. при системном научном описании алгоритма осуществления собственного PR-проекта студентом) по выбранному профилю исследуемой профессионально-предметной сферы. Осуществляется обучение правилам сбора эмпирической информации, ее аналитической обработке и написания отчета как части собранных эмпирических материалов для ВКР студентом-практикантом.

#### **Формы текущего и промежуточного контроля прохождения практики**

При проведении научно-исследовательской работы (производственной практики)

предусматривается: собеседование (по материалам ознакомительной лекции, инструктажа по технике безопасности, знакомства студентов со спецификой профессиональной деятельности организации, в которой они проходят практику), заполнение дневника практики (инструктивное занятие по профессиональным заданиям по практике, изучение организационных документов предприятия, инструктивное занятие с практикантами руководителя практики от организации), составление и защита отчета по собранным эмпирическим материалам для ВКР (занятия руководителя практики от организации по специфике обработки и систематизации информации студентами, полученной ими в ходе прохождения ими научно-исследовательской работы (производственной практики), занятия руководителя практики по подготовке студентами собственного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью, итоговое занятие по подведению итогов практики в организации, в которой студент проходил практику, защита студентами собственного проекта, а также отчета по собранным эмпирическим материалам для собственной ВКР), промежуточный контроль (дифференцированный зачет с оценкой).

**Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов и оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам прохождения практики включают в себя:**

Рекомендации по сбору, обработке и анализу материалов, накопленных в ходе практики и включенные в отчетную документацию:

Отчёт о практике является основным документом студента, отражающим выполненную им работу, полученные знания и практические навыки. Материалы, собранные в ходе прохождения практики должны включать: маркетинговые кабинетные и внекабинетные исследования рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации; материалы, собранные в ходе прохождения практики в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах; произведенные самим студентом рекламные и PR-материалы, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы, а также материалы собственного проекта.

Материалы отчёта в дальнейшем студент может использовать в своей научно-исследовательской работе по написанию выпускной квалификационной работы. Сам отчет должен соответствовать плану написания выбранной студентом-практикантом темы ВКР, которая является индивидуальной для каждого студента-выпускника. Общее учебно-методическое руководство за выполнением плана по написанию ВКР и контроль за сбор материалов по теме исследования ВКР осуществляется выпускающей кафедрой. В целях осуществления руководства кафедра выделяет представителя из числа ее профессорско-преподавательского состава, который является руководителем ВКР студента. Научные руководители студентов обеспечивают каждого студента планом написания ВКР и контролируют работу студентов-практикантов по сбору эмпирических материалов для ВКР. Во время проведения научно-исследовательской работы (производственной практики) студенты обязаны полностью выполнять все задания согласно плану ВКР и в соответствии с утвержденным графиком, регулярно проходить собеседования со своим научным руководителем. Индивидуальное (профессиональное) задание по научно-исследовательской работе (производственной практики) должно соответствовать теме выпускной квалификационной работы и должно быть согласовано с научным руководителем студента-практиканта. При проведении научно-исследовательской деятельности в ходе данного вида производственной практики для каждого обучающегося формулируются конкретные задачи в соответствии со спецификой решаемой проблемы в рамках его ВКР. При проведении научно-исследовательской деятельности студенты-практиканты обязаны:

- полностью выполнять задания научного руководителя, предусмотренные планом ВКР;

- в десятидневный срок после окончания научно-исследовательской работы (производственной практики) представить научному руководителю, как и руководителю данного вида практики из РГГУ письменный отчет (в нем должны быть подробно и полно освещены вопросы методики выполнения заданий, проведения встреч, организации мероприятий и представлены источники информации (документы, фото, бланки и т.д.). По каждому заданию должны быть сделаны выводы, предложены рекомендации);

- доработать при необходимости данный отчет в соответствии с требованиями и пожеланиями научного руководителя, как и руководителя этого вида практики из РГГУ;

- на основе письменного отчета по итогам прохождения научно-исследовательской работы (производственной практики) студент-практикант должен предоставить эмпирический материал для выступления на научной конференции по профилю выбранного направления исследования / эмпирический материал для подготовки публикации в научном издании / отчет в формате накопленных основных эмпирических научно-исследовательских материалов студента по итогам прохождения данного вида практики, которые должны быть прообразом черновика эмпирической части ВКР научному руководителю в установленные сроки с целью подготовки отзыва научного руководителя о степени готовности студента-практиканта к написанию собственной ВКР.

Руководитель практики из РГГУ проводит итоговое собрание, оценивает качество и эффективность проделанной работы на основе представленных ему студентами отчетной документации по научно-исследовательской работе (производственной практике) (прежде всего, основываясь на отзывах научных руководителей студентов-практикантов) и выставляет оценки по рейтинговой системе (дифференцированный зачет). Студент, не отработавший научно-исследовательскую работу (производственную практику) без уважительных причин, считается имеющим академическую неуспеваемость и представляется к отчислению.

#### **4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ**

##### *а) Основные источники:*

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. I, Ч. II, Ч. III, Ч. IV. [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/)
2. Закон РСФСР от 22 марта 1991 г. №948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (в ред. закона РФ от 26 июля 2006 г. №135-ФЗ) [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_51/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51/)
4. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (в ред. закона РФ от 30 октября 2018 г. №383-ФЗ) [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)
5. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. №2300-1 «О защите прав потребителей» (в ред. закона РФ от 4 июня 2018 г. №133-ФЗ) [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/)

##### *б) Дополнительные источники:*

1. Федеральный закон от 27 декабря 2002 года N 184-ФЗ «О техническом регулировании» (в ред. закона РФ от 29 июля 2017 г. №216-ФЗ) [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_40241/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/)

##### *в) Основная литература:*

1. Виноградов А. П. Латеральный маркетинг: Технология поиска революционных идей Учебное пособие / Котлер Ф., Бес Ф.Т., Виноградов А.П. - М.: Альпина Пабл.,

2016. - 206 с.: 70x100 1/16 ISBN 978-5-9614-5420-8 - Режим доступа:  
<http://znanium.com/catalog/product/739521>

2. Годин А.М. Маркетинг: Учебник / А.М. Годин. - 9-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2012. - 656 с.: 60x84 1/16. (переплет) ISBN 978-5-394-01319-5, 1500 экз. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/334180>
3. Пономарева А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 247 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура) Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/543676>
4. Синяева И.М. Маркетинг PR и рекламы: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг" / Синяева И.М., Маслова В.М., Романенкова О.Н.; Под ред. Синяева И.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 495 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-238-02194-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872836>

г) *Дополнительная литература:*

1. Виханский О.С. Менеджмент: Учебник / Виханский О.С., Наумов А.И., - 6-е изд., перераб. и доп - М.:Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 656 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/769974>
2. Евстафьев В.А. История российской рекламы. Современный период: Учебное пособие / Евстафьев В.А., Пасютина Е.Э., - 2-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 872 с. ISBN 978-5-394-02686-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/935847>
3. Киреев М. Маркетинг инноваций: Конспект лекций / Киреев В.С. - М.:КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 115 с.: ISBN 978-5-906818-91-1 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/767187>
4. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов / Котлер Ф., Боуэн Д.Т., Мейкенз Д., - 4-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2018. - 1071 с.(П): 70x100 1/16. - (Зарубежный учебник) ISBN 978-5-238-01263-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872844>
5. Котлер Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы: Справочное пособие / Котлер Ф., Бергер Р., Бикхофф Н., - 3-е изд. - М.:Альпина Паблишер, 2016. - 132 с.: 70x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-9614-5582-3 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1003065>
6. Привлечение инвесторов: Маркетинговый подход к поиску источников финансирования Учебное пособие / Котлер Ф., Картаджайя Х., Янг Д. - М.:Альп. Бизнес Букс, 2016. - 194 с.: 70x100 1/16 ISBN 978-5-9614-0944-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/916214>
7. Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 284 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/910391>
8. Резник С.Д. Менеджмент. В 3-х кн. Кн. 2. Управление высшей школой и научной деятельностью: Избранные статьи / С.Д. Резник. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 359 с.: 60x88 1/16. - (Научная мысль; Менеджмент) Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/368410>
9. Резник С.Д. Менеджмент. Книга шестая. Управление человеческим потенциалом в социально-экономических системах : избр. статьи / С.Д. Резник. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 357 с. — (Научная мысль). – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/944194>
10. Смирнов К.А. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: Монография / К.А. Смирнов, Т.Е. Никитина; Науч. ред. К.А. Смирнов. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 166 с.: 60x88 1/16. - (Научная мысль; Маркетинг). (обложка) ISBN 978-5-16-005497-1. - Режим доступа:

<http://znanium.com/catalog/product/306597>

д) *Справочные и информационные издания:*

1. Шарков Феликс Изосимович. Коммуникология : энциклопедический словарь- справочник. - Изд. 3-е. - Москва : Дашков, 2013. - 768 с. - ISBN 978-5-394-02169-5.

<http://znanium.com/go.php?id=430299>

#### 4.1 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2023 г.)

№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

1. Кафедра маркетинга и рекламы, факультета рекламы и связей с общественностью РГГУ.- [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: <http://kafmr.rsuh.ru/> Сайт создан для информирования студентов и преподавателей, взаимодействия между ними. На сайте публикуются материалы, касающиеся маркетинговой тематики.
2. Interbrand – Best Global Brands. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: [www.interbrand.com](http://www.interbrand.com)
3. Powerbranding [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: [www.powerbranding.ru](http://www.powerbranding.ru)
4. Информационно-справочный портал «Индустрия рекламы» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: <http://adindustry.ru>
5. Маркетинг в России и за рубежом (издательство Дело и сервис) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: [www.dis.ru](http://www.dis.ru). Журнал посвящен теории и методологии маркетинга, маркетингу в различных отраслях и сферах деятельности.
6. Официальный сайт Гильдии Маркетологов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)
7. Портал «Маркетинг журнал 4p» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: [www.4p.ru](http://www.4p.ru)
8. Портал, посвященный наружной рекламе [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: [www.outdoor.ru](http://www.outdoor.ru)
9. Сайт агентства рыночных исследований и консалтинга «Маркет» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.url: [www.market-agency.ru](http://www.market-agency.ru)

10. Сайт, посвященный корпоративному менеджменту [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)
11. Сетевое издание AdIndex [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.url: www.adindex.ru](http://www.adindex.ru)

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Для обеспечения практики необходимо наличие рабочих мест, оснащенных персональными компьютерами с возможностью выхода в Интернет для работы с рекомендуемой литературой и заданиями, которые студенты выполняют в рамках прохождения практики. Для обеспечения возможности подготовки отчетных документов по практике необходимо наличие персональных компьютеров с установленным текстовым редактором Microsoft Word (или его аналогами), а также программой PowerPoint (или ее аналогами).

## **6. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

При необходимости программа НИР 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 НИР 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 конкретных заданий для организации НИР 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.

Защита отчета по НИР 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 НИР для лиц с нарушениями зрения проводится в устной форме. 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 руководителя НИР 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 НИР 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.

**ПРИЛОЖЕНИЯ**

## АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

### *Научно-исследовательская работа*

Практика реализуется кафедрой маркетинга и рекламы факультета рекламы и связей с общественностью на базе структурных подразделений РГГУ, а также в профильных организациях и предприятиях, специализирующихся в сфере рекламы и связей с общественностью, а также в департаментах по связям с общественностью и в профильных подразделениях учреждений и предприятий различной формы собственности, а также в государственных, политических и иных общественно-политических организаций, ответственных за внешнюю коммуникацию.

Цель практики: овладение студентами первичных навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности в рамках познавательного процесса обобщения и систематизации исследовательского инструментария по направлению образовательной подготовки по рекламе и связям с общественностью и использованию полученных в ходе данной практики данных для профессионального анализа и подготовки будущей выпускной квалификационной работы.

Задачи:

- формирование комплексного представления о специфике деятельности выпускника по направлению образовательной подготовки «Реклама и связи с общественностью»;
- овладение студентами основными приемами ведения самостоятельной научно-исследовательской работы;
- формирование у студентов профессионального знаний в области научно-исследовательской деятельности.
- сбор теоретических и эмпирических данных по исследованию по будущей теме ВКР;
- ведение библиографической работы с применением современных информационных технологий;
- анализ и обработка полученных результатов, представление их в виде завершенных научно-исследовательских разработок (отчета по научно-исследовательской работе, тезисов докладов, научных статей);
- написание и представление отчёта о прохождении практики руководителю практики от Российского государственного гуманитарного университета.

Научно-исследовательская работа (производственная практика) направлена на формирование универсальных, общепрофессиональных, а также обязательных профессиональных компетенций, соответствующих видов профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники по профилю их образовательной подготовки бакалавровского уровня квалификации по направлению – «Реклама и связи с общественностью в цифровой среде»:

- ОК/УК (*код и содержание*);  
способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК 1);  
способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК 6);
- ОПК (*код и содержание*);  
способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);  
способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);

способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6).

По практике предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачёта с оценкой*.

Общая трудоемкость практики составляет 9 зачетных единиц.

## МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

УТВЕРЖДАЮ  
 заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
 А.Л. Абаев

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г.

кафедра

Интегрированных коммуникаций и рекламы  
 (наименование)

направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
 (код; наименование)

направленность (профиль)

Реклама и связи с общественностью в цифровой среде  
 (наименование)

### РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Фамилия, Имя, Отчество обучающегося

курс

форма обучения

вид практики

производственная

тип практики

Научно-исследовательская работа

сроки практики

с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г.

МЕСТО практики

(полное название организации; структурного подразделения)

Реквизиты договора  
 о прохождении практической подго-  
 товке  
 (при проведении практической подготовки в организации)

Дата заключения Договора  
 «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г.  
 регистрационный номер №

### Планируемые работы

№ п/п	Содержание работы	Срок выполнения	Отметка о выполнении
1	Оформление документов по прохождению практики	до начала практики	
2	Проведение медицинских осмотров (обследований) в случае выполнения обучающимся работ, при выполнении которых проводятся обязательные предварительные и периодические медицинские осмотры (обследования) в соответствии с законодательством РФ <u>(при необходимости)</u>	до начала практики	
3	Вводный инструктаж по правилам охраны труда, технике безопасности, пожарной безопасности, оформление временных пропусков для прохода в профильную организацию	в первый день практики	
4	Выполнение индивидуального задания практики	в период практики	
5	Консультации руководителя (-ей) практики о ходе выполнения заданий, оформлении и содержании отчета, по производственным вопросам	в период практики	
6	Подготовка отчета по практике		
7	Представление отчетных документов по практике руководителю практики	за три дня до окончания практики	
8	Промежуточная аттестация по практике	в последний день практики	

**Рабочий график (план) составил:**

руководитель практики от РГГУ

\_\_\_\_\_ «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
(уч. степень, уч. звание, должность) (подпись) (И.О. Фамилия) (дата)

**Согласовано** (при проведении практики в профильной организации): руководитель практики от профильной организации

\_\_\_\_\_ «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
(уч. степень, уч. звание, должность) (подпись) (И.О. Фамилия) (дата)

**С рабочим графиком (планом) ознакомлен:**

обучающийся

\_\_\_\_\_ «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
(подпись) (И.О. Фамилия) (дата)

**ФОРМА ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА ОТЧЁТА**  
**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**



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

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ  
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С  
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

Отчёт о прохождении практики

Производственная практика

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность: «Реклама и связи с общественностью в  
цифровой среде»

Квалификация выпускника: бакалавр  
Форма обучения (очная, очно-заочная,  
заочная)

Студента/ки \_\_\_ курса  
..... формы обучения  
\_\_\_\_\_ (ФИО)

Руководитель практики  
\_\_\_\_\_ (ФИО)

**ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ХАРАКТЕРИСТИКИ С МЕСТА ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ****Характеристика<sup>1</sup>**

на студента/ку \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ факультета  
Российского государственного гуманитарного  
университета

[Ф.И.О. студента]

[Ф.И.О. студента] проходил/а [вид, тип практики] практику в [наименование  
организа- ции] на должности [название должности].

За время прохождения практики обучающийся/обучающаяся ознакомился/лась  
с [перечень], выполнял/а [перечень], участвовал/а в [перечень].

За время прохождения практики [Ф.И.О. студента] зарекомендовал/а себя как  
[уточнение].

Оценка за прохождение практики – [оценка]

**Руководитель практики** \_\_\_\_\_

(подпись)

(ФИО)

(дата)

---

<sup>1</sup> Оформляется либо на бланке организации, либо заверяется печатью

## МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

**УТВЕРЖДАЮ**  
заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
подпись А.Л. Абаев  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

кафедра

Интегрированных коммуникаций и рекламы  
(наименование)

направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(код; наименование)

направленность (профиль)  
среде

Реклама и связи с общественностью в цифровой  
(наименование)

### ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

Фамилия, Имя, Отчество обучающегося \_\_\_\_\_

курс \_\_\_\_\_ форма обучения \_\_\_\_\_

вид практики \_\_\_\_\_ производственная

тип практики \_\_\_\_\_ Научно-исследовательская работа

сроки практики с « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г. по « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

МЕСТО практики \_\_\_\_\_

(полное название организации; структурного подразделения)

**Реквизиты договора  
о прохождении практической подго-  
товке**

(при проведении практической подготовки в  
организа- ции)

**Дата заключения Договора**

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

**регистрационный номер № \_\_\_\_\_**



ПРИЛОЖЕНИЕ - Форма отчета о  
проведении или посещении  
мероприятия

\_\_\_\_\_ Дата \_\_\_\_\_  
название и статус мероприятия

**Организаторы мероприятия:** \_\_\_\_\_

Партнеры мероприятия

1. Цели и задачи мероприятия
2. Количество и структура участников
  - Представители академических, вузовских и др. учреждений (перечислить учреждения).
  - Представители зарубежных академических, вузовских и др. учреждений (перечислить учреждения).
3. Количество докладов, выступлений, презентаций, экспозиций.
4. Новизна, значимость представленных результатов научных исследований, итоги дискуссий и т.д.
5. Принятые документы и рекомендации.
6. Публикация материалов мероприятия/конференции (Полное библиографическое описание с указанием издательства, страниц, объема в п.л., тиража)
7. Сайт мероприятия