

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

**ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

**Факультет маркетинга, рекламы и сервиса**

**Кафедра рекламы и связей с общественностью**

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры рекламы и связей  
с общественностью

Протокол от «04» июня 2018 г.

№ 10

**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

**Б2.В.01 Практика по получению профессиональных умений и  
опыта профессиональной деятельности**

---

направление подготовки

38.04.02 – Менеджмент

направленность (профиль) "Управление рекламным и медиабизнесом"

квалификация

Магистр

Форма обучения

Очная

Год набора - 2018

Москва, 2018 г.

**Автор-составитель:**

Заведующий кафедрой  
рекламы и связей с общественностью д.ф.н., проф. В.А.Евстафьев

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	Вид практики, способы и формы ее проведения .....	4
2.	Планируемые результаты обучения при прохождении практики .....	4
3.	Объем и место практики в структуре ОП ВО .....	6
4.	Содержание практики .....	6
5.	Формы отчетности по практике .....	7
6.	Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по практике .....	7
7.	Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» .....	9
	7.1. Основная литература .....	9
	7.2. Дополнительная литература .....	10
	7.3. Нормативные правовые документы .....	10
	7.4. Интернет-ресурсы .....	10
	7.5. Иные рекомендуемые источники .....	10
8.	Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы .....	10

## 1. Вид практики, способы и формы ее проведения

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Способ проведения практики – стационарная.

Форма проведения практики – дискретная.

## 2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики

**2.1. Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности обеспечивает овладение следующими компетенциями:**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-2	способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	ПК-2.2	Способность создавать и управлять PR и медиапроектами для реализации корпоративной стратегии
ПК-3	способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	ПК-3.2	Способность к самостоятельным исследованиям проблемного поля в сфере PR и бренд-менеджмента: планирование и программирования (стратегический анализ, разработка предложения, утверждение программы), осуществление действий и коммуникаций (реализация программы), оценки программы (результаты, последствия, коррективы), как основы будущей профессиональной деятельности
ПК-4	способностью использовать	ПК-4.2	Способность использовать

	количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения		количественные и качественные методы при планировании коммуникационной деятельности
--	---	--	---

## 2.2. В результате прохождения практики у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ/профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практик
ПС-06.008 ПС-40.033 ПС-11.005 ПС-07.003 ПС-08.018 ПС-08.026	ПК-2.2	на уровне знаний: сущность организационного развития
		на уровне умений: разрабатывать корпоративную стратегию
		на уровне навыков: разработки программ организационного развития
		на уровне опыта практической деятельности: владение процедурой организации научных исследований и её основных этапах
	ПК-3.2	на уровне знаний: основные понятия, методики осуществления организационных изменений
		на уровне умений: разрабатывать программы организационного развития
		на уровне навыков: приемами разработки стратегий управления изменениями
		на уровне опыта практической деятельности: планирование, организацию, мотивацию, контроль процессов, осуществляемых в организации
	ПК-4.2	на уровне знаний: теоретических основ анализа инвестиционных проектов
		на уровне умений: внедрять организационные изменения
		на уровне навыков: владеть методиками разработки программ
		на уровне опыта практической деятельности: способностью формулирования теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования

## 3. Объем и место практики в структуре образовательной программы

### Объем практики

9 зачетных единиц – 324 академических часа/243 астрономических часа

### Место практики в структуре ОП ВО

Б2.В.01(П) «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» осваивается на 2 курсе в 3 семестре.

Практика реализуется после изучения дисциплин: «Теория и история массовых коммуникаций», «Маркетинговое управление», «Планирование и реализация компаний по рекламе и PR», «Digital-коммуникации», «Интегрированные маркетинговые коммуникации», и «Практики по получению первичных профессиональных умений и навыков».

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

### 4. Содержание практики

№ п/п	Этапы практики	Виды работ
1	Подготовительный этап	Организационное собрание обучающихся с руководителем практики. Ознакомление с порядком проведения практики, мерами безопасности, с документами отчетности. Составление план-графика проведения практики. Выдача индивидуальных заданий для студентов, выполняемых в период практики.
2	Основной этап	Своевременное прибытие к месту прохождения практики. Изучение целей, задач, видов деятельности и организационной структуры предприятия. Изучение нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность предприятия Сбор материалов в соответствии с индивидуальным заданием на практику. В этот же период практиканты собирают и обрабатывают материал к отчету, пишут разделы отчета, а также выполняют указания, относящиеся к практике, руководителя практики как от Академии, так и от профильной организации Соблюдение правил внутреннего трудового распорядка ведомства (организации) и правил пожарной безопасности.
3	Заключительный этап	Обработка и анализ полученной информации. Оформление отзыва о работе студента в ведомстве (организации), в котором практика была успешно пройдена. Формирование отчета по результатам прохождения практики. Защита отчета о прохождении практики.

### 5. Формы отчетности по практике

По окончании практики студент предоставляет на кафедру следующие документы:

1. отчет по практике, оформленный в установленном порядке;
2. отзыв-характеристику руководителя практики от Академии;

3. отзыв руководителя практики от профильной организации, заверенный печатью организации;
4. индивидуальное задание руководителя практики от Академии.

Отчет по практике предоставляется в печатном виде на листах формата А4, для приложений допускается использование формата А3, верхнее и нижнее поля – 20 мм, правое 15 мм, левое – 30 мм, выравнивание текста – по ширине, абзацный отступ – 1,25 см. Объем отчета (без учета отзыва руководителя практики от организации, индивидуального задания руководителя дипломной работы (проекта), для обучающихся, направляемых на практику) должен составлять 15-25 страниц печатного текста. Текст готовится с использованием текстового редактора Microsoft Word (или аналога) через 1,5 интервала с применением 14 размера шрифта Times New Roman.

Обязательными элементами отчета являются:

- Титульный лист
- Содержание
- Введение (в т.ч. цель и задачи практики, их актуальность, краткая характеристика выполненных работ и аннотация отчета с указанием общего количества страниц и приложений)
- Характеристика организации, в которой студент проходил практику
- Оценка положения фирмы на рынке
- Анализ системы управления организации и / или ее отдельных аспектов, включая анализ документов, регламентирующих деятельность подразделения, в котором студент проходил практику
- Анализ маркетинговой деятельности организации
- Постановка проблемы и развернутый план магистерской диссертации с отмеченными разделами, проработанными в процессе прохождения практики
- Предварительные результаты анализа рассматриваемой проблемы, в т.ч. проект методики проведения маркетингового исследования, или предварительные рекомендации по решению консалтинговой задачи и т.п.
- Собранные первичные документы, которые были использованы для анализа решаемых задач в соответствии с темой магистерской диссертации (оформляются в виде приложений)
- Список литературы
- Приложения

В Приложении к работе студент должен привести копии документов, изученных в процессе прохождения практики, а также таблицы, рисунки и другой иллюстративный материал.

## **6. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по практике**

### **6.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.**

#### **6.1.1. В ходе реализации практики используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

руководитель практики регулярно через Интернет получает объективную информацию от студентов о ходе выполнения задания на практику и подготовке отчета.

#### **6.1.2. Промежуточная аттестация:**

защита отчета по практике проводится в форме доклада с презентацией результатов практики в электронном виде.

### **6.2. Материалы текущего контроля успеваемости**

Специальные оценочные средства при проведении текущего контроля успеваемости не применяются.

### **6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.**

Специальные оценочные средства при проведении промежуточного контроля успеваемости не применяются.

## **Шкала оценивания**

Зачтено с оценкой «отлично» выставляется: план-график проведения практики выполнен полностью, поставленная цель достигнута и конкретные задачи решены. Задания и указания руководителя практики выполнены в установленные сроки. Все необходимые документы представлены в срок и оформлены в соответствии с требованиями. Отсутствуют нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики. Обучающийся показывает глубокие знания источников данных, используемых в отчёте. Обучающийся уверенно отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета. Проявляет самостоятельность мышления, показывает овладение практическими навыками.

Зачтено с оценкой «хорошо» выставляется: план-график проведения практики выполнен, поставленные цели достигнуты, решены конкретные задачи. Выполнены в установленные сроки задания и указания руководителя практики. Представлены в срок правильно оформленные документы. Отсутствуют нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики. Обучающийся хорошо ориентируется в источниках данных, используемых в отчёте. Обучающийся отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета. Грамотно излагает материал.

Зачтено с оценкой «удовлетворительно» выставляется: план-график проведения практики в целом выполнен, но поставленная цель достигнута частично, и/или конкретные задачи решены не полностью. Задания и указания руководителя практики выполнялись с нарушением установленных сроков. Отчётные документы в целом правильно оформлены, представлены в срок, но имеют некоторые несоответствия требованиям (устранённые в ходе предварительной проверки отчёта). Имеются нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики. Обучающийся показывает слабые знания в ответах на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета. Обучающийся плохо ориентируется в материале.

«Не зачтено» выставляется, когда обучающийся не может защитить свой отчёт по практике, допускает грубые ошибки при ответах на поставленные вопросы или вовсе на них не отвечает.

### **6.4. Методические материалы**

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков

Методические материалы определены локальными нормативными актами Академии:



Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования и внесении изменений в локальные нормативные акты, утвержден приказом от 01 сентября 2017 года № 02-539.

Порядок организации и проведения практики обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования, утвержден приказом от 02 октября 2017 года № 02-626.

Положение о текущем контроле успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации обучающихся в РАНХиГС, утверждено приказом от 30 января 2018 года № 02-66.

## **7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"**

### **7.1. Основная литература**

1. Мацукевич В.В. Основы управления интеллектуальной собственностью. Высшая школа, 2013. <http://www.iprbookshop.ru/20245>
2. Валинурова Л.С. Эффективное управление интеллектуальной собственностью на предприятии. Палеотип, 2012. <http://www.iprbookshop.ru/10206>
3. Фомичев А.Н. Исследование систем управления (2-е издание). Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/24787>

### **7.2. Дополнительная литература**

1. Чеботарев Н.Ф. Мировая экономика и международные экономические отношения. Дашков и К, 2014. <http://www.iprbookshop.ru/24797>

### **7.3. Нормативные правовые документы**

Не используется.

### **7.4. Интернет-ресурсы**

1. Портал профессионального сообщества менеджеров, включает результаты маркетинговых исследований рынков, публикации по маркетингу <http://www.e-xecutive.ru>
2. Энциклопедия маркетинга, представлены маркетинговые исследования товарных рынков, рынков промышленных товаров, услуг, книги и статьи по маркетингу и др. <http://www.marketing.spb.ru>
3. Материалы о российском рынке рекламы, маркетинга и PR <http://www.sostav.ru>
4. Журнал «Индустрия рекламы». [www.ir-magazine.ru](http://www.ir-magazine.ru)
5. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» [www.dis.ru](http://www.dis.ru)
6. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования в России». <http://www.grebennikov.ru/>
7. Журнал **BTL-magazine**. <http://www.btl-mag.ru/>
8. Comcon - <http://www.comcon-2.ru/>
9. GFK-Rus - <http://www.gfk.ru/>
10. Romir-Monitoring - <http://www.romir.ru/>
11. RPRG, мониторинговые исследования - <http://www.rprg.ru/> и <http://www.rprg.ru/monitoring.htm>
12. TNS-Gallup media. TNS – Gallup Adfact. - <http://www.tns-global.ru/rus/index.wbp>
13. Маркетинг-журнал «4 р». - <http://www.4p.ru/>

### **7.5. Иные источники**

1. Липсиц И.В., Вигдорчик Е.А. Маркетинговые стратегии для российских компаний. – М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2006.

2. МакДональд М. «Планы маркетинга. Как их составлять и использовать». – М.: Технологии, 2004.

## **8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Корпуса Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg

EBSCO Publishing

eLIBRARY.RU

Emerging Markets Information Service

Google Scholar (Google Академия)

IMF eLibrary

JSTOR

New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.

OECD iLibrary

Oxford Handbooks Online

Polpred.com Обзор СМИ

Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;

SCOPUS

Web of Science

Wiley Online Library

World Bank Elibrary

Архивы научных журналов NEICON

Интернет-сервис «Антиплагиат»

Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»

ЭБС Издательства "Лань"

ЭБС Юрайт

Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»