

**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

кафедрой рекламы

и связей с общественностью

Протокол от «04» июня 2018 г.

№ 10

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.В.02(II) Исследовательская работа

направление подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль) "Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере"

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора - 2018

Москва, 2018 г.

Автор—составитель:

Профессор кафедры рекламы и связей с общественностью, д-р эконом. наук, профессор
Д.В. Федюнин

Заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью, д-р филол. наук, профессор
Евстафьев В.А.

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Вид практики, способы и формы ее проведения	4
2.	Планируемые результаты обучения при прохождении практики (научно-исследовательской, исследовательской, аналитической работы)	4
3.	Объем и место практики (научно-исследовательской, исследовательской, аналитической работы) в структуре ОП ВО	6
4.	Содержание практики (научно-исследовательской, исследовательской, аналитической работы)	6
5.	Формы отчетности по практике (научно-исследовательской, исследовательской, аналитической работе)	7
6.	Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по практике	8
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 – исследовательская работа.

Способ проведения практики – стационарная, выездная.

Форма проведения практики – дискретная, концентрированная.

2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики (научно-исследовательской, исследовательской, аналитической работы)

2.1. Исследовательская работа обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-1	способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	ПК-1.3	закрепление способностей, полученных при теоретическом обучении, через участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, участие в оперативном планировании, в мероприятиях по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, приобретение опыта оценивания эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью, также приобретение опыта в исследовании актуальных практических проблем в области управления рекламным и медиабизнесом и сбор необходимых материалов для выпускной квалификационной работы
ПК-4	владение навыками подготовки проектной документации (техно-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	ПК-4.2	способность к использованию навыков работы с проектной документацией в профессиональной и научной деятельности

ПК-6	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	ПК-6.2	готовность к приобретению практических навыков самостоятельной работы по исследованию, осмыслению и разработке коммуникационной инфраструктуры, обеспечения внутренней и внешней коммуникаций в профессиональной и научной деятельности
------	---	--------	---

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

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практик
Обработка материала для получения готового медиапродукта А/01.6; Обеспечение оперативного создания художественного и визуального формата проекта А/02.6; Обеспечение высокого художественного уровня медиапродукта В/03.6	ПК-1.3	на уровне умений: собирать материал методологического и исследовательского характера, а также практически апробировать полученные ранее знания на конкретном объекте; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы
		на уровне навыков: оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
		на уровне опыта практической деятельности: изучать и выделять практические проблемы в области управления рекламным и медиабизнесом организации (предприятия, фирмы и т.д.), свободно сочетать выполнение ряда освоенных профессиональных действий
	ПК-4.2	на уровне умений: подготовка проектной документацию
		на уровне навыков: подготовка шаблона (проекта) документа (технического задания, бизнес-плана, креативного брифа, договора, контракта и иного)
		на уровне опыта

		практической деятельности: согласования проектной документации с заказчиком и внутренними службами; документального обеспечения исследовательских работ, свободно сочетает выполнение ряда освоенных профессиональных действий
	ПК-6.2	на уровне умений: проводит анализ предметной области и оформляет результаты с учетом всех требований к оформлению аналитических отчетов; готовит тезисы выступления, используя аналитические, отчетные и экспертные материалы, разработанные российскими и зарубежными учеными и практиками бизнеса; готовит доклады, используя самостоятельно составленные аналитические материалы; исследует коммуникационную инфраструктуру организации
		на уровне навыков: обеспечение внутренней и внешней коммуникации, исследования участников коммуникации, выявления их предпочтения и потребности; аудита коммуникационных каналов и сообщений
		на уровне опыта практической деятельности: внесение предложений (мероприятий и др.) при необходимости корректировки в коммуникационную инфраструктуру

3. Объем и место практики (научно-исследовательской, исследовательской, аналитической работы) в структуре образовательной программы

Объем исследовательской работы

3 зачетные единицы - 108 академических часов/81 астрономический час

Место практики в структуре ОП ВО

Б2.В.02(П) «Исследовательская работа» осваивается на 4 курсе в 8 семестре.

Практика реализуется после изучения дисциплин: «Поведение потребителей», «Теория и практика рекламы», «Оптимизация медиапланирования», «Организация работы рекламного агентства», «Делопроизводство в рекламном бизнесе», «Копирайтинг», «Правовая среда бизнеса», «Визуальные коммуникации», «Интернет-реклама».

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

4. Содержание практики (научно-исследовательской, исследовательской, аналитической работы)

№ п/п	Этапы практики	Виды работ
1	Подготовительный этап	Ознакомление с тематикой исследовательских работ в данной сфере. Выбор бакалавром темы исследования. Инструктаж по технике безопасности.

№ п/п	Этапы практики	Виды работ
2	Исследовательский этап	<p>Формулировка темы исследования. Утверждение темы и выпускной квалификационной работы. Сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала.</p> <p>Участие студентов в конференциях, написание статей, тезисов, участие в НИР Института отраслевого менеджмента, в научно-исследовательской всероссийской студенческой конференции (ежегодный организатор конференции – ИОМ), участие в олимпиадах, мастер-классах и др.</p> <p>Анализ собранной информации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выявление и исследование факторов национальной культуры и менталитета, оказывающих влияние на коммуникационные процессы; • проведение сравнительного анализа моделей управления в рекламной деятельности и СО в различных странах и выявление особенностей, сформированных в результате социальных, этнических, конфессиональных и культурных особенностей; • проведение сопоставительного анализ опыта нескольких стран (регионов) в управлении выбранным процессом или несколькими процессами в выбранной сфере; • составление обзора лучших мировых практик по управлению выбранным процессом или несколькими процессами в выбранной сфере; • разработка предложений по использованию опыта иностранных компаний в практике российского бизнеса, направленных на оптимизацию и развитие коммуникационных процессов, анализ полученных результатов, формулирование выводов и рекомендаций; <p>Самостоятельное осуществление исследовательской работы; другие виды работ в соответствии с поставленными задачами практики.</p>
3	Теоретико-аналитический этап	<p>Обобщение материала по теме исследования. Подготовка отчета о исследовательской работе.</p>
4	Отчетный этап	<p>Сдача отчета по исследовательской работе и индивидуального задания на кафедру. Устранение замечаний руководителя практики.</p>

5. Формы отчетности по практике (научно-исследовательской, исследовательской, аналитической работе)

По окончании исследовательской работы студент предоставляет на кафедру рекламы и связей с общественностью следующие документы:

1. отчет по практике, оформленный в установленном порядке;

2. индивидуальное задание руководителя практики от Академии.

Отчет по практике является основным документом, характеризующим работу студента во время прохождения практики. В отчете должны быть отражены изученные во время практики общие вопросы и основные результаты практической деятельности обучающегося.

Отчет по практике состоит из титульного листа, оглавления, основной части, заключения, списка использованных источников и литературы, приложений. С разрешения организации и за исключением информации, составляющей коммерческую тайну, и иной охраняемой законом информации в качестве приложений в отчет по практике могут включаться копии документов (нормативных актов, отчетов и др.), изученных и использованных обучающимся в период прохождения практики.

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.

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 исследовательской работы 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 проводится в форме доклада с применением следующих методов (средств):

защита доклада, презентация результатов исследовательской работы в электронном виде в форме PowerPoint.

6.2. Материалы текущего контроля успеваемости

При прохождении практики руководитель практики от ИОМ РАНХиГС осуществляет текущий контроль за обучающимся в виде:

1. Индивидуальные консультации с научным руководителем;
2. Работа с учебной и научной литературой, документами предприятий, базами данных (конспекты, тезисы и др.);
3. Участие в научных семинарах и конференциях (доклады, тезисы, обсуждения и т.д.);
4. Подготовленные и опубликованные статьи, тезисы;
5. Самостоятельная работа по выполнению расчетов, формулировке выводов (расчеты, записи т.д.);
6. Выполненные курсовые работы;
7. Выполненные рефераты, эссе, творческие и исследовательские работы;
8. Участие в студенческих олимпиадах и конкурсах;
9. Участие в проектах, реализуемых Академией в рамках научно-исследовательской деятельности и т.д.;

10. Осуществления исследовательской работы на этапе поиска и обработки информации для выполнения бизнес-проектов;
11. Стажировки на базе ведущих исследовательских, аналитических и консалтинговых структур;
12. Работа с учебными симуляторами;
13. Привлечение к разработке проектов на получение грантов и т.д.

6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

Примерные вопросы, задаваемые при защите отчета по практике (исследовательская работа)

1. Формулировка темы и ее краткая характеристика
 2. Актуальность выбранной темы: обоснование.
 3. Предмет исследования.
 4. Предполагаемый объект или объекты исследования
 5. Предполагаемые источники информации для исследования.
 6. Востребованность выбранной темы исследования для конкретного предприятия.
 7. Основные научные работы в выбранной области исследования.
 8. Основные авторы, работающие в выбранной области исследования.
 9. Периодические публикации последнего времени по теме исследования: авторы, характеристики, место публикации.
 10. Предполагаемая тематика выступлений на конференции: формулировка, краткая характеристика.
 11. Основные предполагаемые мероприятия по работе с ВКР: характеристика, сроки, актуальность для исследования.
 12. Цель ВКР: формулировка и характеристика.
 13. Задачи ВКР и их взаимосвязь с темой и целью.
 14. Характеристика развития научных исследований в изучаемой области: основные этапы и направления
 15. Характеристика современного состояния изученности проблемы.
 16. Методы исследования, предполагаемые к применению, и обоснованность их выбора.
 17. Наличие, релевантность и достоверность информации для применения выбранных методов
 18. Тематика публикации по результатам работы с литературными источниками.
 19. Основные выводы, предлагаемые к публикации.
- Возможности публикации статьи (отзывы, рецензии, контакты с периодическими

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 «неудовлетворительно» 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 владений

Кабинетные исследования включают поисковые работы в открытых и закрытых источниках информации: мониторинг электронных и печатных СМИ, поиск и анализ информации открытых и закрытых баз данных, аналитика готовых исследований, анализ государственных и ведомственных статистических данных, анализ информации с выставок, отраслевых событий, специализированных каталогов и справочников, рекламно-информационных материалов.

В ходе сбора материалов для выпускной квалификационной работы бакалавра студенты используют технологии конспектирования, реферирования, анализа научной и методической литературы по специальности, сбора и обработки практического материала, написания отчета.

Методами получения информации в исследованиях, проводимых в ходе производственной практики, являются: наблюдение, опрос работников предприятия (организации), в том числе руководителя практики от предприятия, а также потребителей; сбор информационных материалов (прайс-листов, каталогов, финансовых отчетов, проспектов и т.д.).

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

7.1 Основная литература

1. Шарков Ф.И. Коммуникология. Основы теории коммуникации. Дашков и К, 2014. <http://www.iprbookshop.ru/4438>
2. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/14342>
3. Василенко С.А Эффективная коммуникация. Московский городской педагогический университет. 2013. <http://www.iprbookshop.ru/26671>

7.2. Дополнительная литература

1. Бердников И.П. PR-Коммуникации. Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа. 2012. <http://www.iprbookshop.ru/5959>

7.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Элиаде М. Миф о вечном возвращении. – СПб, 1998.
2. Москвин В.П. Риторика и теория коммуникации: Виды, стили и тактики речевого общения / В.П. Москвин. - М, 2012.
3. Акофф Р.Л. Акофф о менеджменте. – СПб: Питер, 2002.
4. Бакулев Г.П. Новые медиа: теория и практика. – М., 2008.
5. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М., 2004.
6. Барт Р. Миф сегодня // Барт Р. Мифологии. –М., 2003.
7. Бодрунова С.С. Концепция публичной сферы и медиакратическая теория// Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14. № 1. С. 110 -132.
8. Буман З. Текучая современность. –СПб.: Питер, 2008.
9. Вацлавик П., БивинДж., Джексон Д. Психология межличностный коммуникаций. – СПб., 2000.
10. Гавра. Д. Основы теории коммуникации. – СПб.: Питер, 2011.
11. Гидденс Э. Ускользящий мир. Как глобализация меняет нашу жизнь. – М.:2004.
12. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникаций. – М.: Кнорус, 2012.
13. Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики. – Харьков: 2015.
14. Как новые медиа изменили журналистику/ Под. Ред. С. Балмаевой. – М., 2016.
15. Кастельс М. Информационная эпоха. – М., 2002.
16. Кастельс М. Власть коммуникации. – М., 2015.
17. Кин Дж. Демократия и декаданс медиа. – М., 2014.
18. Современные коммуникативные науки. Социальные практики как совместность слова/ Под ред. А. П. Логунова. – М: ЛЕНАНД, 2014.
19. Левин Д.Г. Диалог как форма коммуникации//Философия науки. –Вып. 17. - 2012.
20. Лифинцева Т.П. Философия диалога Мартина Бубера. – М.: ИФРАН, 1999.
21. Матяш О.В. Межличностная коммуникация. – М: Речь, 2011.
22. Назарчук А.В. Теория коммуникации в современной философии. М.: Прогресс-традиция, 2009.
23. Публичная сфера: теория, методология, кейс-стади/Под. Ред. Е.Р. Ярской-Смирновой. – М.: ВШЭ, 2013.
24. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. – СПб., 2002.
25. Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции. – М.: ДЕЛО, 2016.
26. Яковлев И.П. Основы теории коммуникаций. – СПб.: Питер, 2001 (доступна в библиотеке курса).

7.4. Нормативные правовые документы

Не используются.

7.5. Интернет-ресурсы

1. www.cultureinsightbranding.com – межкультурная коммуникация
2. www.libraryseuby.ucoz.ru – источники по теории коммуникации
3. www.sbiblio.com – источники по теории коммуникации
4. <http://www.afirstlook.com/> - материалы и источники по теории коммуникаций
5. <http://cultlook.org/> - культурологический взгляд на коммуникацию
6. <http://www.communicology.us> - журнал «Коммуникология»
7. <https://cmd-journal.hse.ru> - журнал «Коммуникации. Дизайн. Медиа»
8. <http://www.russcomm.ru/> - Российская коммуникативная ассоциация
9. <https://www.natcom.org/> - National Communication Association (NCA)
10. <https://www.raso.ru/> - Российская ассоциация по связям с общественностью
11. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация коммуникационных агентств России

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.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории 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»