Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА)

Направление подготовки	Реклама и связи с общественностью
Код	42.04.01
Направленность (профиль)	Интегрированные коммуникации и диджитал-маркетинг
Квалификация выпускника (степень)	магистр

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 039CF0930035B466A44637ABB04B6AF49F
Владелец: ПОПОВ ВАСИЛИЙ ГАВРИИЛОВИЧ
Действителен: с 23.04.2026 до 23.07.2027

Москва
2025

Содержание:

1.Вид практики и формы ее проведения
2.Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программ
2.1. Перечень кодов компетенций, формируемых практикой в процессе освоения образовательной программы
2.1.1. Компетенции и индикаторы их достижения
2.2. Описание планируемых результатов обучения по производственной практике (научно-исследовательская работа) и критериев оценки результатов обучения по практике
3. Место практики в структуре ОПОП
4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях и академических часах.
5. Содержание практики
6. Формы отчетности по практике
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике
7.1. Паспорт фонда оценочных средств
7.2. Описание показателей и критериев оценивания результатов практики
7.2.1. Показатели и критерии оценивания сформированности компетенций
7.2.2. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности.
7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.
8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики
8.1. Основная учебная литература
8.2. Дополнительная учебная литература
8.3. Периодические издания.
9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.
10.Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики.
11. Особенности прохождения практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

1. Вид практики и формы ее проведения

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – научно-исследовательская работа. Производственная практика **(**научно-исследовательская работа**)** запланирована для студентов, осваивающих программу по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Форма проведения практики – дискретная.

Целью НИР магистранта является формирование профессиональных компетенций, необходимых для проведения как самостоятельной научно-исследовательской работы, результатом которой является написание и успешная защита магистерской диссертации, так и научно-исследовательской работы в составе научного коллектива.

Задачами НИР являются:

– обеспечение формирования профессионального научно-исследовательского мышления магистрантов, формирование у них чёткого представления об основных профессиональных задачах, способах их решения;

– формирование умений использовать современные технологии сбора информации, обработки и интерпретации полученных экспериментальных и эмпирических данных, владения современными методами исследований;

– формирование готовности проектировать и реализовывать в образовательной практике новое содержание учебных программ, применять инновационные образовательные технологии;

– обеспечение готовности к профессиональному самосовершенствованию, развитию инновационного мышления и творческого потенциала, профессионального мастерства;

– формирование навыков и умения вести научную дискуссию, представлять результаты исследования в различных формах (презентация, реферат, эссе, аналитический обзор, критическая рецензия, доклад, сообщение, выступление, научная статья обзорного, исследовательского и аналитического характера и др.).

Программа практики составлена в соответствии с:

1. Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012г. N 273-ФЗ;
2. Трудовым кодексом Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ (ред. от 25.12.2023);
3. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06.04.2021 г. № 245 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
4. Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от № 528 от 08.06.2017 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью»;
5. Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 № 885/390 «О практической подготовке обучающихся».

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2.1. Перечень кодов компетенций, формируемых практикой в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Универсальные	Системное и критическое мышление	УК-1
Общепрофессиональные	Общество и государство	ОПК-2
Профессиональные	-	ПК-8

2.1.1. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления и готовность к нему. УК-1.2 Анализирует источник информации с точки зрения временных и пространственных условий его возникновения УК-1.3 Находит, критически анализирует, сопоставляет, систематизирует и обобщает информацию, определяет парадигму, в рамках которой будет решаться поставленная задача. УК-1.4 Выявляет системные связи и отношения между изучаемыми явлениями, процессами и/или объектами на основе принятой парадигмы. УК-1.5 Предлагает решение(я) задачи, оценивает достоинства и недостатки (теоретические задачи), преимущества и риски (практические задачи) УК-1.6 Аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение. УК-1.7 Определяет практические последствия предложенного решения задачи.
ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и	ОПК-2.1 Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов ОПК-2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

	(или) коммуникационных продуктах	
ПК-8	Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-8.1 Формулирует концепцию научного исследования ПК-8.2 Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации ПК-8.3 Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования; составляет практические рекомендации на основе исследования и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы

2.2.Описание планируемых результатов обучения по производственной практике (научно-исследовательская работа) и критериев оценки результатов обучения по практике

2.2.1. Описание планируемых результатов обучения по производственной практике (научно-исследовательская работа):

Планируемые результаты обучения по производственной практике (научно-исследовательская работа) представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	**Знать**	**Уметь**	**Владеть**
Код компетенции	**УК-1**		
	- особенности системного и критического мышления - методики критической оценки состояния объекта исследования в проблемной ситуации, надежности источников информации - методы определения пробелов в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и способы проектирования процессов по их устранению	- использовать системное и критическое мышление в профессиональной деятельности - критически оценивать состояние объекта исследования в проблемной ситуации, надежность источников информации - определять пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению - критически оценивать надежность источников информации, работать с противоречивой	- инструментами применения системного и критического мышления в профессиональной деятельности - способами критической оценки состояния объекта исследования в проблемной ситуации, надежности источников информации - навыками определения пробел в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирования процессов по их устранению

	- способы критической оценки надежности источников информации, работы с противоречивой информацией из разных источников - логико-методологический инструментарий для критической оценки современных научных концепций в области рекламы и связей с общественностью - способы разработки и содержательного аргументирования стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов - принципы исследования и анализа проблемной ситуации, принципы выявления составляющих частей проблемы и связей между ними	информацией из разных источников - использовать логико-методологический инструментарий для критической оценки современных научных концепций в области рекламы и связей с общественностью - разрабатывать и содержательно аргументировать стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов - исследовать и анализировать проблемную ситуацию, выявляя ее составляющие и связи между ними	- навыками критической оценки надежности источников информации, работы с противоречивой информацией из разных источников - навыками использования логико-методологического инструментария для критической оценки современных научных концепций в области рекламы и связей с общественность - навыками разработки и содержательной аргументации стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов - навыками исследования и анализа проблемной ситуации, выявляя ее составляющие и связи между ними ситуации
Код компетенции	**ОПК-2**		
	- основные причинно-следственные связи в коммуникационных проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов - основные тенденции развития коммуникационного взаимодействия общественных и государственных институтов	- выявлять причинно-следственные связи в проблемах коммуникации общественных и государственных институтов - анализировать основные коммуникационные тренды в развитии общественных и государственных институтов	- инструментами анализа причинно-следственных связей для выявления коммуникационных проблем при взаимодействии общественных и государственных институтов - навыками написания и анализа рекламных и иных текстов с учетом сложившихся тенденций развития коммуникационного взаимодействия

			общественных и государственных институтов
Код компетенции	**ПК-8**		
	- основные подходы и принципы формулирования концепции научного исследования; - методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации; - способы получения первичных эмпирических данных, принципы интерпретации результатов эмпирического исследования, технологии представления результатов исследования для составления практических рекомендаций и прогнозирования тенденций коммуникационной сферы	- формулировать концепцию научного исследования - применять на практике методы качественного и количественного анализа информационного поля, применять на практике методы работы с открытыми данными и большими объемами информации - получать первичные эмпирические данные, интерпретировать результаты эмпирического исследования, представлять результаты исследования для составления практических рекомендаций и прогнозирования тенденций коммуникационной сферы, интерпретировать результаты эмпирического исследования	- навыками формулирования концепции научного исследования - навыками применения на практике методов качественного и количественного анализа информационного поля, навыками применения на практике методов работы с открытыми данными и большими объемами информации - навыками получения первичных эмпирических данных, навыками интерпретации результатов эмпирического исследования, навыками предоставления результатов исследования для составления практических рекомендаций и прогнозирования тенденций коммуникационной сферы

3. Место практики в структуре образовательной программы

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, разработанным на основе ФГОС ВО, производственная практика (научно-исследовательская деятельность) является обязательной и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Содержание производственной практики (научно-исследовательская работа) тесно связано с логикой и содержанием изучаемых обучающимися учебных дисциплин «Методология и методы научных исследований», «Аналитика соцмедиа», «Сбор и анализ качественных данных в рекламе и паблик рилейшнз», «Трендвотчинг: мониторинг и анализ трендов рынка коммуникаций» и др., а также с содержанием производственной

(профессионально-творческой) практики и итоговой аттестации.

Производственная практика (научно-исследовательская работа) включена в блок (Б.2.) «Практика» Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация/ степень магистр).

4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях и академических часах

Виды производственной работы	***Формы обучения***
	Очно-заочная
Общая трудоемкость: зачетные единицы	12
Общая трудоемкость: недели/часы	8/432

5. Содержание практики

НИР магистрантов носит, в основном, характер самостоятельной работы при консультативном участии научного руководителя и определяется общей последовательностью организации НИР.

В первый год проведения НИР магистрант самостоятельно готовит обоснование темы магистерской диссертации с приложением плана исследования, реферат по результатам обзора исследований по теме магистерской диссертации.

Во второй год обучающимися самостоятельно осуществляется подготовка научного доклада (научной статьи) по теме магистерского исследования и презентации результатов работы по теме магистерской диссертации.

Кроме того, магистрант самостоятельно, под руководством научного руководителя, осуществляет подготовку к участию в научно-исследовательских семинарах, научно-практических конференциях, «круглых столах» и других научных мероприятиях.

В целом самостоятельная научно-исследовательская работа магистрантов представляет собой процесс, основывающийся на следующих видах деятельности:

– изучение рекомендованной научной и специальной литературы, нормативно-правовых актов по дисциплинам магистратуры;

– поиск и анализ материалов периодической печати и Интернет-ресурсов по теме исследования;

– подготовка письменных научных заданий, в том числе научных статей, докладов, рефератов по результатам обзора исследований по теме магистерской диссертации, презентаций материалов научного исследования и др.;

– подготовка к участию в научных дискуссиях по темам, вынесенным на обсуждение на практических занятиях;

– подготовка к различным видам промежуточного и итогового контроля.

Предусматриваются следующие виды и этапы выполнения и контроля научно-исследовательской работы магистрантов:

– планирование научно-исследовательской работы, включающее ознакомление с тематикой исследовательских работ по направлению подготовки и выбор темы исследования, подготовку реферата по избранной теме;

– проведение научно-исследовательской работы;

– участие в научно-исследовательском семинаре;

– подготовка презентации и публичная защита выполненной работы.

Результатом НИР магистранта является подготовленная в соответствии с установленными требованиями и публично защищённая магистерская диссертация.

Производственная практика (научно-исследовательская работа) содержит ряд этапов:
1. Подготовительный этап
2. Основной этап
3. Заключительный этап

№ п/п	Этапы практики	Вид работ	Формы контроля
1.	**Подготовительный этап**	Знакомство с программой практики и тематикой задания. Инструктаж по технике безопасности.	**Собеседование**
2.	**Основной этап**	Производственная практика (научно-исследовательская работа) осуществляется в форме выполнения студентом реального исследовательского проекта в рамках утвержденной темы выпускной квалификационной работы с учетом научных интересов и возможностей органа предприятия, организации, учреждения. Производственная практика (научно-исследовательская работа) завершает теоретическую часть обучения и предваряет работу над выпускной квалификационной работой, помогает собрать материал для её практической части. Местом прохождения является организация, соответствующая специализации студента, предоставляющая ему материал для его будущей выпускной квалификационной работы. Основным содержанием этапа является: - непосредственная работа по месту практики; -разработка плана теоретического и практического разделов ВКР; -осуществление сбора и обработки практического материала по теме ВКР, подбор диагностических материалов для исследовательской деятельности; - уточнение и корректировка информации; - обработка информации. - выявление проблем исследования; - участие в разработке организационно-управленческого решения по теме исследования;	**Текущий**

		- формулирование предложений к методическим материалам (рекомендациям) для совершенствования деятельности организации по результатам исследования.	
		Составление отчета по производственной практике (научно-исследовательской работе).	
3.	**Заключительный этап**	Подготовка отчета. Защита отчета на итоговой конференции.	**Промежуточный**

В ходе прохождения производственной практики (научно-исследовательской работы) используются следующие образовательные технологии:

1. Установочная конференция руководителя практики от организации (вуза).
2. Консультации с руководителем практики от организации (вуза).
3. Инструктаж по технике безопасности.
4. Инструктаж по правилам внутреннего распорядка на базе практики.

В ходе практики применяются следующие технологии:

1. Консультации руководителей практики в вузе и в организациях со студентами, включая вводный инструктаж по технике безопасности и по правилам работы на профессиональном оборудовании;
2. Технологии поиска и использования информации в сети интернет;
3. Анализ документов;
4. Анализ различных источников информации,
5. Наблюдение.

6. Формы отчетности по практике

По окончании практики студенты должны представить следующие документы:

- дневник практики (Приложение 3)
- отчет о прохождении практики (Приложение 1)

6.1 Дневник практики и порядок его представления

Процесс прохождения практики фиксируется в дневнике практики, формат которого утверждается вузом. Дневник практики содержит следующие разделы:

- задание на практику (Приложение 2)
- календарный план прохождения основных этапов практики и ежедневный краткий отчет о выполнении заданий практики

Посещение мест практики заверяется в дневнике подписью руководителя практики.

Дневник практики должен быть оформлен аккуратно, разборчиво, без помарок и подчисток. Дневник практики является составным элементом отчета.

6.2 Отчет по практике

По итогам прохождения производственной практики (научно-исследовательской работы) подготавливается и защищается отчет.

Объем отчета (без приложений) – не менее 10 страниц формата А 4. Выравнивание по ширине. Гарнитура – Times New Roman, кегль – 14, межстрочный интервал – 1,5. Параметры страницы – сверху и снизу 20 мм, слева 30 мм, справа 15 мм. Нумерация страниц ставится в верхнем правом углу.

В тексте допускаются схемы и таблицы; схемы и таблицы, занимающие более 70% страницы, размещаются в приложении к отчету.

К отчету прилагаются:

1. Задание на практику (Приложение 2),
2. Дневник прохождения практики (Приложение 3),

Формы титульного листа отчета, индивидуального задания, дневника прохождения практики приведены в составе приложений ниже.

Материал отчета излагается в стиле эссе. Отчет должен содержать описание работы, выполнявшейся во время практики, и видов деятельности, освоенных студентом. В отчете должно быть выражено личное отношение студента к деятельности, которой ему пришлось заниматься на протяжении всего периода практики, желание или нежелание профессионально выполнять тот вид работы, с которым ему удалось познакомиться на практике.

В своем отчете студент может предложить анализ своей собственной подготовленности к прохождению практики, показать, содержание каких дисциплин позволило ему понять формы и методы работы над выполнением задания.

Защита отчета о прохождении практики принимается руководителем практики от организации (вуза) на итоговой конференции по практике. Отчет может быть отклонен руководителем от организации (вуза) в случае его несоответствия требованиям настоящей программы.

Текст отчета по практике должен содержать – титульный лист, содержание, введение, основную часть, заключение, список использованной литературы.

Во введении должны быть отражены: цели и задачи прохождения производственной практики (научно-исследовательской работы), ее предмет и объект, основное содержание своей работы во время практики.

Основная часть должна содержать:

1. Краткая характеристика объекта практики
2. Характеристика структуры и функций отдела, где студент проходил практику.
3. Характеристика и анализ основных организационно-управленческих процессов, которые используются на данном мероприятии.
4. Характеристика разработанного продукта.
5. Содержание деятельности самого студента в работе выбранного подразделения.

Заключение содержит личное отношение к той деятельности, которой пришлось заниматься в период ее прохождения.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по производственной практике (научно-исследовательская работа) проводятся с целью определения степени освоения обучающимися образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Текущий контроль

- собеседование
- проверка заполнения дневников практики
- беседа с руководителем практики

Промежуточный контроль (зачет с оценкой)

- проверка отчетов по практике
- защита отчетов по практике в форме выступления на итоговой конференции
- просмотр видеоматериалов и других материалов практики

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

п\п	Контролируемые разделы	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1.	Ведение дневника, подготовка отчета по практике, отчет по практике	УК-1; ОПК-2; ПК-8	Собеседование Проверка отчета Выступление на итоговой конференции

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Показателями оценивания компетенций являются наиболее значимые знания, умения и владения, которые получены студентами в процессе освоения дисциплин и прохождения практики.

7.2.1 Показатели и критерии оценивания сформированности компетенций

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО/Зачтено	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО/Зачтено	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно

		решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/Зачтено	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/Не зачтено	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

Критерии оценивания отчета по практике:

1.Умение сформулировать цель и задачи отчета

2.Соответствие представленного материала теме отчета
3.Наличие элементов анализа проблемы
4.Логичность, последовательность раскрытия
5.Наличие выводов
6.Наличие практического применения теоретических положений по проблеме
7.Умение работать с литературой
8.Владение терминологией
9.Качество ответов на вопросы (полнота, аргументированность, умение реагировать на критику, готовность к дискуссии, умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами)
10. Умение интегрировать знания, приобретённые в ходе прохождения производственной практики (научно-исследовательской работы) и отобразить это в отчете.

7.2.2. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности.

№ п/п	Вопрос	Ответ	Компетенция
1.	Дайте общую характеристику рекламных агентств, отделов рекламы и связей с общественностью в структуре коммерческих и некоммерческих организаций.	Рекламное агентство — это независимая коммерческая организация, специализирующаяся на оказании профессиональных услуг в сфере рекламы. Агентства делятся на **агентства полного цикла** (предоставляют весь спектр услуг: от стратегии и креатива до производства и размещения) и **специализированные** (digital, медийные, PR, креативные и т.д.). Отдел рекламы — это внутреннее подразделение компании, которое координирует рекламную деятельность и взаимодействует с внешними агентствами. В отличие от агентства, он является частью бизнеса и подчинен его корпоративной иерархии. **Отделы рекламы и связей с общественностью в некоммерческих организациях (НКО)** В НКО функции рекламы и PR часто объединены и подчинены **миссии** организации, а не извлечению прибыли. Основная цель — привлечение внимания к социальной проблеме, сбор пожертвований, набор волонтеров и формирование доверия.	**УК-1**
2	Назовите структуру рекламных агентств, отделов	Структура агентства зависит от его профиля (полного цикла,	**УК-1**

	рекламы и связей с общественностью в составе коммерческих и некоммерческих организаций, функции отдельных подразделений и механизм взаимосвязи между ними.	специализированное, медийное, digital, PR), размера и клиентской базы. Выделяют несколько принципов департаментализации: • **Функциональный** — подразделения по типу работ (креатив, стратегия, медиа, продакшн, аналитика). • **Клиентский (account-based)** — выделенные команды под конкретных клиентов или отрасли. • **Матричный** — сочетание функциональных и клиентских команд (наиболее распространен в средних и крупных агентствах). • **Продуктовый/канальный** — например, отдельные подразделения по digital, ATL, BTL, PR. Структура отдела рекламы в коммерческой организации **2.1. Принципы организации** Отдел рекламы (часто — часть департамента маркетинга) строится по одному из принципов: • **Функциональный** — медиа, креатив/бренд, digital, аналитика. • **Товарный (бренд-менеджмент)** — менеджеры по продуктам/брендам. • **Рыночный/географический** — по регионам или сегментам. • **Смешанный** — например, бренд-менеджеры + функциональные эксперты (медиа, digital). Структура отделов рекламы и связей с общественностью в НКО **3.1. Особенности построения** В НКО структура определяется масштабом и ресурсами: • **Малые НКО** — функции коммуникаций распределены между сотрудниками (координатор проектов, директор), часто с привлечением волонтеров и фрилансеров. • **Средние НКО** — выделяется **менеджер/координатор по коммуникациям**, совмещающий рекламу, PR, SMM и фандрайзинг-коммуникации.	

		• **Крупные фонды и НКО** — формируется **отдел коммуникаций/маркетинга**, включающий направления: PR и работа со СМИ, digital/SMM, контент, фандрайзинг-коммуникации, работа с донорами и партнерами, события.	
3	Опишите организацию управления в рекламных агентствах, отделах рекламы и связей с общественностью в составе коммерческих и некоммерческих организаций.	В **агентствах** управление ориентировано на клиента и проект: гибкая матрица, сильный клиентский сервис, KPI по удержанию и марже. В **коммерческих отделах рекламы** управление ориентировано на стратегию компании и бюджет: иерархия, регламенты, контроль подрядчиков, измеримые бизнес-KPI. В **НКО** управление ориентировано на миссию и ресурсы: коллегиальность, проектный подход, экономичность, отчетность донорам, высокая роль партнерств и волонтеров. Общим для всех трех является **цикличность управления** (планирование → реализация → контроль → корректировка) и **необходимость координации** между стратегическим, тактическим и оперативным уровнями, однако содержание циклов и механизмы координации определяются природой организации — коммерческой или некоммерческой.	**УК-1**
4	Назовите сильные и слабые стороны рекламных агентств, отделов рекламы и связей с общественностью в структуре коммерческих и некоммерческих организаций.	**Агентство:** Ключевые сильные стороны - Экспертиза, ресурсы, свежий взгляд, масштаб, гибкость Ключевые слабые стороны - Оторванность от бизнеса клиента, стоимость, конфликт интересов, риск конвейера **Отдел рекламы (коммерция):** Ключевые сильные стороны - Знание продукта, контроль бюджета, согласованность со стратегией, конфиденциальность Ключевые слабые стороны – Ограниченность компетенций, бюрократия, риск стереотипности,	**ОПК-2**

		кадровая уязвимость **Отдел рекламы/PR (НКО):** Ключевые сильные стороны - Миссия и доверие, экономичность, гибкость, партнерства, аутентичность Ключевые слабые стороны - Нехватка ресурсов и компетенций, слабая аналитика, текучесть, репутационные риски	
5	Назовите права и обязанности сотрудников рекламных агентств, отделов рекламы и связей с общественностью в структуре коммерческих и некоммерческих организаций.	**Рекламные агентства:** Основные обязанности: • Взаимодействие с клиентами и продажи. • Разработка и реализация кампаний. • Соблюдение процессов. Ключевые права: • Право запрашивать у клиента или внутренних отделов необходимую информацию и материалы для выполнения задач. • Право участвовать в обсуждении стратегии кампании и вносить предложения по оптимизации. **Коммерческие организации (отделы рекламы и PR)** Основные обязанности: • Реализация коммуникационной политики. • Работа со СМИ и общественностью. • Управление репутацией и аналитика. • Создание контента. Ключевые права: • Доступ к информации. • Представительство. • Участие в управлении. **Некоммерческие организации (НКО)** Основные обязанности: • Продвижение миссии и фандрайзинг. • Работа со СМИ и сообществом. • Создание контента и коммуникация. • Управление репутацией. Ключевые права:	**ОПК-2**

		• Право инициировать инфоповоды и предлагать темы для публикаций. • Право вести переговоры со СМИ, блогерами и потенциальными партнерами (спонсорами). • Право запрашивать данные у программных отделов для подготовки отчетности и контента.	
6	Нормативно-правовая база управления рекламными агентствами, отделами рекламы и связей с общественностью в структуре коммерческих и некоммерческих организаций.	**Общая нормативная база (для всех типов организаций)** Все субъекты рекламной и PR-деятельности обязаны соблюдать базовые законы, регулирующие информационное пространство и рынок. • **Конституция РФ** • **Гражданский кодекс РФ (ГК РФ)** • **Федеральный закон «О рекламе» № 38-ФЗ** • **Закон РФ «О средствах массовой информации» № 2124-1** **Специфика для рекламных агентств и коммерческих организаций** Для коммерческого сектора нормативная база носит преимущественно **регулятивный и фискальный** характер. • **Трудовой кодекс РФ (ТК РФ)** • **Налоговый кодекс РФ (НК РФ)** • **Закон «О защите прав потребителей»** • **Антимонопольное законодательство (ФЗ «О защите конкуренции»)** **Специфика для некоммерческих организаций (НКО)** Для НКО ключевым является **специальное законодательство**, определяющее их особый статус, цели и ограничения. • **Федеральный закон «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)» № 135-ФЗ** • **Федеральный закон «О некоммерческих организациях» № 7-ФЗ**	**ОПК-2**

		• **Закон «О рекламе» (в части социальной рекламы)**	
7	Цели, задачи и функции рекламных агентств, отделов рекламы и связей с общественностью в структуре коммерческих и некоммерческих организаций.	**Рекламные агентства** **Цели:** • **Основная цель:** Получение прибыли за счет оказания профессиональных услуг клиентам. • **Коммуникационная цель:** Достижение целей рекламной кампании, поставленных клиентом (например, повышение узнаваемости, стимулирование сбыта), в рамках общего маркетингового плана заказчика. **Задачи:** • Поиск заказчиков и выстраивание долгосрочных партнерских отношений. • Превращение бизнес-задач клиента в эффективные рекламные продукты. • Координация работы внутренних отделов (креатив, медиа, продакшн) для выполнения заказов в срок и в рамках бюджета. **Функции (на примере агентства полного цикла):** • Анализ рынка, целевой аудитории и конкурентов для создания рекламной стратегии. • Разработка идей, создание текстов, дизайна, видео и других рекламных материалов. • Выбор каналов распространения и размещение рекламы в СМИ. • Организация PR-кампаний, работа со СМИ и блогерами, проведение мероприятий. • Оценка эффективности проведенных кампаний и подготовка отчетов для клиента. **Отделы рекламы и PR в коммерческих организациях** **Цели:** • **Основная цель:** Содействие росту продаж и укреплению рыночных позиций компании. • **Коммуникационная цель:** Формирование и поддержание положительного имиджа бренда, лояльности потребителей и	**ПК-8**

		информирование целевой аудитории о продуктах. **Задачи:** • Разработка и внедрение рекламной и PR-политики в соответствии с общими бизнес-целями компании. • Эффективное распределение рекламного бюджета, выбор и контроль работы внешних агентств и подрядчиков. • Согласование рекламных активностей с отделами маркетинга, продаж, продукта и юридическим отделом. • Обеспечение единообразия фирменного стиля и соблюдения законодательства о рекламе. **Функции:** • Определение приоритетных каналов и форматов рекламы, составление медиапланов. • Постановка задач внешним исполнителям и приемка результатов их работы. • Создание и адаптация рекламных материалов (текстов, макетов) для внутренних нужд. • Оценка отдачи от рекламных кампаний (ROI, охваты, лиды) и подготовка отчетов для руководства. • Поддержание контактов с журналистами, подготовка пресс-релизов и организация пресс-конференций. **Отделы рекламы и PR в некоммерческих организациях (НКО)** **Цели:** • **Основная цель:** Содействие реализации миссии организации (решение социальной проблемы) и привлечение ресурсов (пожертвований, волонтеров, грантов). • **Коммуникационная цель:** Привлечение внимания общества к проблеме, формирование доверия и вовлечение аудитории в деятельность организации. **Задачи:**	

		• Рассказ о проблеме и способах ее решения, продвижение ценностей организации. • Создание коммуникаций, побуждающих людей делать пожертвования или становиться волонтерами. • Обеспечение прозрачности деятельности и отчетности перед донорами и обществом. • Работа с волонтерами, сторонниками и локальными сообществами. **Функции:** • Инициирование инфоповодов, связанных с деятельностью НКО, взаимодействие с журналистами для освещения социальных проблем. • Ведение соцсетей, создание эмоционального и информативного контента (истории благополучателей, отчеты), работа с сайтом и email-рассылками. • Проведение благотворительных акций, мероприятий для привлечения внимания и сбора средств. • Разработка и продвижение кампаний по сбору средств (часто с использованием инструментов социальной рекламы).	
8	Главные элементы внутриорганизационной документации, регламентирующей деятельность рекламных агентств, отделов рекламы и связей с общественностью, их структурных подразделений и сотрудников.	Документы стратегического и учредительного уровня **Для рекламных агентств:** Устав агентства, Учредительный договор **(для ООО),** Положение о совете директоров / правлении, Стратегия развития / бизнес-план, Положение о коммерческой тайне и конфиденциальности, Кодекс профессиональной этики **Для коммерческих организаций (отделы рекламы/PR):** Устав компании, Положение о маркетинге / рекламной деятельности, Корпоративная политика в области рекламы и коммуникаций, Положение о коммерческой тайне, Кодекс корпоративной этики **Для НКО:** Устав НКО, Положение о попечительском совете, Стратегия	**ПК-8**

		коммуникаций / концепция PR, Политика информационной открытости и прозрачности, Политика конфликта интересов	
9	Порядок организационного, документационного и информационного обеспечения работы рекламных агентств, отделов рекламы и связей с общественностью в структуре коммерческих и некоммерческих организаций.	**Организационное обеспечение** задает «скелет»: структуру, полномочия, ответственность и механизмы координации. В агентствах — проектная гибкость, в коммерческих отделах — иерархия и контроль, в НКО — коллегиальность и совмещение ролей. **Документационное обеспечение** formalizes решения и создает доказательную базу: от брифа и ТЗ до отчета. В коммерции и агентствах акцент на договорах, бюджетах и защите тайны; в НКО — на прозрачности и отчетности донорам. **Информационное обеспечение** — «кровеносная система»: без данных о рынке, ЦА и результатах кампаний невозможно ни планирование, ни оценка. Везде требуется защита персональных данных (152-ФЗ) и конфиденциальной информации. **Порядок обеспечения** един по логике (проектирование → регламентация → сбор данных → отчетность → корректировка), но различается по формализации и ресурсам: максимальная — в коммерческих структурах и агентствах, минимальная, но с высокими требованиями к прозрачности — в НКО.	**ПК-8**

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих формирование компетенций

Для выявления уровня сформированности компетенций через оценку знаний, умений и навыков магистрантов в ходе промежуточной аттестации по практике руководителем практики от организации (вуза) осуществляется анализ и проверка представленной магистрантом отчетной документации в соответствии с изложенными выше дескрипторами.

После предварительной оценки документации проводится защита отчета по НИР. Защита отчета проводится в устной форме и состоит из двух этапов:

1. Представление краткого доклада обучающимся (7-10 минут).
2. Ответы на вопросы руководителя практики.

По итогам защиты отчетов, с учетом оценки отчета по практике и характеристике магистранта от руководителя практики от профильной организации руководитель практики от организации (вуза) выставляет комплексную оценку. Если по практике предусмотрен зачет, то

применяется следующая таблица соответствия:

Отлично, хорошо, удовлетворительно	зачтено
неудовлетворительно	не зачтено

Рекомендации по подготовке научного доклада (научной статьи) по теме магистерского исследования

Подготовка научного доклада (научной статьи) является важной научной составляющей НИР магистрантов и направлена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС и ОПОП по направлению магистерской подготовки.

Научный доклад (научная статья) как письменная работа представляется магистрантом на проверку научному руководителю и является одной из форм промежуточного контроля.

С научным докладом магистрант выступает на конференциях, семинарах, «круглых столах», тематических дискуссиях. Научный доклад оформляется в соответствии с установленными требованиями и публикуется в сборниках материалов научных мероприятий. Объем научного доклада – до 20000 знаков (10-12 машинописных страниц через 1,5 интервала).

Научная статья публикуется в журналах из списка ВАК (не менее одной за весь период обучения); в электронном научном журнале «Вестник Московского международного университета»; в рецензируемых научных журналах, включенных в системы РИНЦ; в сборниках научных статей магистрантов, аспирантов и молодых преподавателей Университета; иных научно-периодических изданиях. Научная статья оформляется в соответствии с установленными требованиями, ее содержание согласовывается с руководителем магистранта.

Научные статьи должны быть опубликованы до защиты диссертации. Рекомендуется к публикации не менее трех статей (одна в журналах из списка ВАК, одна – РИНЦ, а тезисы докладов в сборниках трудов конференций). Тематика публикаций магистранта должна соответствовать теме его магистерской диссертации.

Рекомендации по подготовке реферата по обзору результатов исследований по теме магистерской диссертации

Подготовка реферата осуществляется в соответствии с индивидуальным планом работы магистранта на основе календарного учебного графика. Реферат оформляется в соответствии с установленными требованиями и является одной из форм промежуточного контроля. Его содержание согласовывается с научным руководителем. Объем реферата – до 50 000 знаков (25-35 машинописных страниц через 1,5 интервала).

Оформление реферата должно соответствовать следующим требованиям: поля страницы: левое – 35 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм; количество знаков на странице - примерно 2000; шрифт - Times New Roman размера 14; межстрочный интервал - 1,5; цвет текста – черный. Каждая новая глава начинается с новой страницы; это же правило относится к другим основным структурным частям работы (введению, заключению, списку литературы, приложениям и т.д.).

Страницы реферата должны быть пронумерованы сквозной нумерацией в правом нижнем углу. Первой страницей является титульный лист, на котором номер страницы не проставляется.

После титульного листа помещается оглавление с указанием номеров страниц.

Данный реферат может быть засчитан как часть отчета по практике НИР.

Содержание реферата должно включать в себя:

– введение, где дается общая оценка состояния литературы по теме диссертации;

– основная часть, стоящая из 2 или 3 глав, которая включает краткую характеристику основной нормативно-правовой базы; краткую характеристику основных научных и учебно-методических трудов по теме диссертации (с отражением материалов

конференций, «круглых столов», дискуссий); краткую характеристику Интернет-ресурсов по проблеме исследования;

- заключение;
- список использованных источников;
- приложение.

В дальнейшем содержание реферата может послужить основой для написания глав диссертационного исследования. Содержание реферата рекомендуется обсудить с научным руководителям диссертации.

8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики.

8.1. Основная литература:

1. Соколова, Н. Г. Основы маркетинговых исследований. Практикум : учебное пособие / Н. Г. Соколова, О. В. Титова, Т. В. Груздева. — Ижевск : Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова, 2017. — 404 с. — ISBN 978-5-7526-0764-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/73869.html
2. Кадацкая, Д. В. Основы цифрового маркетинга в период трансформации экономики : учебное пособие / Д. В. Кадацкая. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-361-00833-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/110192.html
3. Кузнецова, М. М. Научно-исследовательская работа (практика по получению профессиональных навыков и опыта научно-исследовательской работы) : учебное пособие / М. М. Кузнецова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 93 с. — ISBN 978-5-7937-1916-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/118401.html .

8.2 Дополнительная литература:

1. Чужанова, Т. Ю. Научно-исследовательская работа : учебное пособие / Т. Ю. Чужанова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 61 с. — ISBN 978-5-7937-1518-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102650.html
2. Газина, О. М. Организация и сопровождение научно-исследовательской работы студентов магистратуры : учебное пособие / О. М. Газина. — 2-е изд. — Москва : Московский педагогический государственный университет, 2024. — 108 с. — ISBN 978-5-4263-0896-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR CMAPT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/146238/details

8.3 Периодические издания:

Креативная экономика и социальные инновации
http://www.iprbookshop.ru/50914.html
Евразийская интеграция: экономика, право, политика
http://www.iprbookshop.ru/87284.html
Территория науки
http://www.iprbookshop.ru/41222.html
Ученые записки ИМЭИ
http://www.iprbookshop.ru/44321.html

Актуальные вопросы современной науки
http://www.iprbookshop.ru/45755.html
Евразийский вестник гуманитарных исследований
http://www.iprbookshop.ru/45763.html
Управление в современных системах
http://www.iprbookshop.ru/80256.html

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Электронная библиотечная система www.biblioclub.ru
2. Сайт Ассоциации коммуникационных агентств России - http://www.akarussia.ru/
3. Сайт Российской ассоциации по связям с общественностью - www.raso.ru
4. www.pronline.ru – сайт содержит статьи в области коммуникативного менеджмента, рецензии, ссылки, а также профессиональные форумы.
5. www.brandmedia.ru – рекламный центр
6. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
7. Рекламные идеи: http://www.advi.ru/
8. Информационный сайт "Все о рекламе в России": www.rwr.ru

10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Материально-техническое обеспечение производственной практики полностью определяется задачами практики. Материально-техническое обеспечение практики в ММУ достаточно для достижения целей практики и соответствует действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и практических производственных работ. Обучающиеся обеспечены возможностью доступа к информации, необходимой для выполнения задания по практике и написанию отчета. Проведение защиты отчетов по практике предусматривает техническое сопровождение докладов с использованием мультимедийного комплекса.

Материально – техническая база ММУ соответствует действующим санитарно–техническим нормам, обеспечивает проведение всех видов практической и творческой работы студентов, предусмотренных учебным планом вуза и нормативным документами МО РФ.

11. Особенности прохождения практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При организации практики учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. В течение практики учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием практики, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В ходе практики используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

В процессе организации и прохождения практики лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

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

Приложение 1

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ОТЧЕТ
о прохождении производственной практики
(научно-исследовательская работа)

студента (ки) группы _____

_____
(фамилия, имя, отчество полностью)

Наименование базы практики: _____

Срок прохождения практики_____

Руководитель от организации (вуза): _____
(ФИО полностью; подпись)

Студент: _____
(подпись)

Дата защиты отчёта: _____

Оценка за прохождение практики: _____

г. Москва
202_

Приложение 2

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ЗАДАНИЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ
(научно-исследовательская работа)

Выдано студенту _____

(фамилия, имя, отчество)

группа № _____ тел.: (_____) _____e-mail: _____

Руководитель от организации (вуза)_____

(фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание)

Место практики _____

(наименование органа власти или организации, учреждения)

_____

Сроки прохождения с _____по _____

Содержание задания: _____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Руководитель от организации (вуза)_____

(подпись)

Задание принял _____

(подпись)

Приложение 3

ДНЕВНИК
прохождения производственной практики
(научно-исследовательская работа)

студента(ки) _____

_____

кафедры ……..…_____ курса

_____

(фамилия, имя, отчество полностью)

Наименование базы практики: _____

_____

Даты	**Описание выполняемой работы, с учетом прохождения основных этапов практики[1]**	**Подпись руководителя от профильной организации**
Подготовительный		
Основной		
Заключительный		

Студент_____ /_____

Руководитель практики от организации (вуза) _____/_____

[1] Проведение установочной конференции, инструктаж по технике безопасности; выполнение индивидуального задания практики; выполнение отдельных поручений руководителя практики по месту ее прохождения; подготовка отчета о прохождении практики.