

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Белгородский Валерий Савельевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 20.09.2023 12:41:19

Уникальный программный ключ:

8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0e9eb83477

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт      Социальной инженерии  
Кафедра      Социологии и рекламных коммуникаций

---

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

### Преддипломная практика

---

|   |   |
|---|---|
| Уровень образования   | бакалавриат   |
| Направление подготовки  | 42.03.01      Реклама и связи с<br>общественностью        |
| Профиль   | Реклама и связи с общественностью в<br>коммерческой сфере |
| Срок освоения образовательной<br>программы по очной форме<br>обучения | 4 года 11 мес   |
| Форма обучения  | заочная   |

Рабочая программа производственной (преддипломной) практики основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 8 от 10.03.2023 г.

Разработчик рабочей программы практики:

Старший преподаватель

О.Ю. Мишина

Заведующий кафедрой:

Е.Г. Карпова

## 1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

### 1.1. Вид практики

производственная

### 1.2. Тип практики

Преддипломная практика

### 1.3. Способы проведения практики

стационарная

### 1.4. Сроки и продолжительность практики

| семестр      | форма практики   | продолжительность практики |
|--------------|--|----------------------------|
| <i>пятый</i> | Непрерывно (в соответствии с календарным учебным графиком) | 8 недель                   |

### 1.5. Место проведения практики

- в профильных организациях, деятельность которых соответствует профилю образовательной программы в соответствии с договорами о практической подготовке.
- в структурном подразделении университета, предназначенном для проведения практической подготовки:

- РИНЦ «Социоинжиниринг будущего» ИСИ

При необходимости рабочая программа практики может быть адаптирована для условий проведения практики в дистанционном формате.

### 1.6. Форма промежуточной аттестации

*восьмой семестр* – зачет с оценкой

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов место прохождения практики учитывает особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности, состояние здоровья и требования по доступности. При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом выполняемых обучающимся-инвалидом или обучающимся с ОВЗ трудовых функций, вида профессиональной деятельности и характера труда.

### 1.7. Место практики в структуре ОПОП

Производственная (преддипломной) практика к обязательной части.

Во время прохождения практики используются результаты обучения, полученные в ходе изучения предшествующих дисциплин:

- Семиотика в рекламе и связях с общественностью
- Рекламный менеджмент в коммерческой сфере
- Репутационный менеджмент
- Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
- Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью
- Технологии презентации
- Деловое общение в коммерческой сфере
- Реклама в электронной коммерции
- Технология деловых переговоров с заказчиками и подрядчиками

- Теория и практика массовой информации
- Методология и методы исследования в рекламе
- Политическая реклама и PR
- Имиджеология, теория и технология образа
- Гендерные аспекты в рекламе и PR
- Социология массовых коммуникаций
- Религиоведение
- Социология рекламы и PR в коммерческой сфере
- Социальная политика в коммерческой сфере
- Правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью
- Медиапланирование в коммерческой сфере
- Брендинг в коммерческой сфере
- Разработка и технология производства коммуникационного продукта

Данная практика закрепляет и развивает практико-ориентированные результаты обучения дисциплин, освоенных студентом на предшествующем ей периоде, в соответствии с определенными ниже компетенциями. В дальнейшем, полученный на практике опыт профессиональной деятельности, применяется в выполнении выпускной квалификационной работы.

## **2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ**

### **2.1. Цель производственной практики:**

закрепление теоретических знаний, полученных во время аудиторных занятий, учебных практик, приобретение профессиональных умений и навыков при непосредственном участии обучающегося в деятельности предприятия или научно-исследовательской организации;

сбор необходимых материалов для написания выпускной квалификационной работы.

формирование универсальных и профессиональных компетенций по выполнению научно-исследовательской работы в области рекламы и связям с общественностью, направленной на анализ и проведение исследований, поиск способов решения конкретной проблемы, приобретение практического опыта и умения студентов применять полученные ими знания во время обучения на предприятии (организации).

### **2.2. Задачи производственной практики:**

- определить круг задач в рамках поставленной цели и выбрать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
- осуществить социальное взаимодействие и реализовать свою роль в команде;
- применить основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта;
- разработать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигать коммуникационный продукт в коммерческой сфере;
- участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

## **3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, СООТНЕСЁННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРАКТИКЕ**

| <b>Код и наименование компетенции</b> | <b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b> | <b>Планируемые результаты обучения при прохождении практики</b> |
|---------------------------------------|---|---|
|---------------------------------------|---|---|

|  |  |   |
|--|--|---|
| ПК-2. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта   | ИД-ПК-2.2 Применение основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</li> <li>– Применяет основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</li> </ul>  |
| ПК-3. Способен разрабатывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигать коммуникационный продукт в коммерческой сфере | ИД-ПК-3.2 Подготовка необходимой документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью              | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Способен разрабатывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигать коммуникационный продукт в коммерческой сфере</li> <li>– Подготавливает необходимую документацию по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</li> <li>– Разрабатывает план коммуникационных мероприятий и определяете размер расходов на их реализацию</li> </ul> |
|  | ИД-ПК-3.3 Разработка плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию                              |   |
| ПК-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий  | ИД-ПК-4.1 Осуществление тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</li> <li>– Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</li> </ul>   |

#### 4. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ПРАКТИКИ ПО ВИДАМ ЗАНЯТИЙ

Общая трудоёмкость производственной практики составляет:

|                             |    |      |     |      |
|-----------------------------|----|------|-----|------|
| по заочной форме обучения – | 12 | з.е. | 432 | час. |
|-----------------------------|----|------|-----|------|

4.1. Структура практики для обучающихся по видам занятий: (заочная форма обучения)

| Структура и объем практики |            |   |  |  |  |
|----------------------------|------------|---|--|--|--|
|                            | всего, час | Аудиторная, внеаудиторная и иная контактная работа, час |  | практическая самостоятельная работа обучающегося | формы текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации |
|                            |            | практическая подготовка: лекции, час                    | практическая подготовка: практические занятия, час |  |  |
|                            |            |   |  |  |  |

|   |  |  |  |    |  |
|---|--|--|--|----|--|
| 5 семестр   |  |  |  |    |  |
| Самостоятельная работа<br><b>Организационно-подготовительный этап (часть 1):</b> ознакомление с программой практики и получаемыми в результате ее прохождения компетенциями, целями и задачами практики; заполнение Дневника прохождения практики |  |  |  | 4  | Заполнение Дневника (часть 1)                                |
| Самостоятельная работа<br>прохождение вводного инструктажа и получение задания от руководителя практики со стороны выпускающей кафедры  |  |  |  | 4  | Заполнение Дневника (часть 1)                                |
| Самостоятельная работа<br>Корректировка, уточнение темы исследования с учетом рекомендации руководителя, где планируется проведение практики по получению профессиональных умений и навыков   |  |  |  | 4  | Заполнение Дневника (часть 1)                                |
| Самостоятельная работа<br>проведение инструктивного совещания с ознакомление обучающихся с содержанием и спецификой деятельности предприятия  |  |  |  | 8  | Заполнение Дневника (часть 1)<br>Отчет по практике (часть 1) |
| Самостоятельная работа<br><b>Основной: практическая подготовка (часть 2):</b><br>Составить индивидуальный план работы практиканта, согласовать его с руководителем практики и утвердить его у директора учреждения.                               |  |  |  | 8  | Заполнение Дневника (часть 2)                                |
| Самостоятельная работа<br>Изучить научно-исследовательскую базу учреждения, условия и возможности для проведения собственного исследования.   |  |  |  | 20 | Заполнение Дневника (часть 2)                                |
| Самостоятельная работа  |  |  |  | 20 | Заполнение   |

|  |  |  |  |    |                               |
|--|--|--|--|----|-------------------------------|
| Дать общую характеристику конкретной организации (или одного из подразделений крупной организации).  |  |  |  |    | Дневника (часть 2)            |
| Самостоятельная работа<br>Выполнение пунктов индивидуального плана практиканта на предприятии.   |  |  |  | 20 | Заполнение Дневника (часть 2) |
| Самостоятельная работа<br>Обработать уже проведенное эмпирическое (экспериментальное) исследование по выбранной теме в рамках производственной (преддипломной) практики, выполнив при этом ряд задач профессионального плана – организационных, диагностических, консультационных, тренинговых и др. |  |  |  | 26 | Заполнение Дневника (часть 2) |
| Самостоятельная работа<br>Определить научный аппарат и инструментарий исследования   |  |  |  | 4  | Заполнение Дневника (часть 2) |
| Самостоятельная работа<br>осуществить обработку полученных данных: количественная и качественная обработка данных эмпирического исследования (матрица ответов на анкету);  |  |  |  | 20 | Заполнение Дневника (часть 2) |
| Самостоятельная работа<br>интерпретация результатов эмпирического исследования, (подготовить аналитический лист, примеры в прикрепленных файлах к курсу, можно как с таблицами так и без таблиц);  |  |  |  | 20 | Заполнение Дневника (часть 2) |
| Самостоятельная работа<br>формулирование выводов, полученных в результате эмпирического исследования (краткие выводы и корреляция  |  |  |  | 10 | Заполнение Дневника (часть 2) |

|   |  |  |  |    |  |
|---|--|--|--|----|--|
| полученных данных<br>полученных в ходе<br>исследования);  |  |  |  |    |  |
| Самостоятельная работа<br>осуществить визуализацию<br>проведенного вторичного<br>анализа (на основе результатов<br>эмпирического исследования<br>разработать инфографику ( не<br>менее 4-х инфографик)  |  |  |  | 20 | Заполнение<br>Дневника<br>(часть 2)                                      |
| Самостоятельная работа<br>На основе полученной<br>информации о предприятии,<br>выполнения индивидуального<br>задания и проведенного<br>вторичного анализа данных<br>разработать индивидуальный и<br>(или) коллективный проект в<br>сфере рекламы и связей с<br>общественностью. |  |  |  | 50 | Заполнение<br>Дневника<br>(часть 2)                                      |
| Самостоятельная работа<br>Подготовить необходимую<br>документацию по<br>сопровождению проекта в<br>сфере рекламы и (или) связей с<br>общественностью.   |  |  |  | 24 | Заполнение<br>Дневника<br>(часть 2)                                      |
| Самостоятельная работа<br>Разработать план<br>коммуникационных<br>мероприятий и определить<br>размер расходов на их<br>реализацию.  |  |  |  | 18 | Заполнение<br>Дневника<br>(часть 2)                                      |
| Самостоятельная работа<br>Разработать бриф  |  |  |  | 6  | Заполнение<br>Дневника<br>(часть 2)                                      |
| Самостоятельная работа<br>Осуществить тактическое<br>планирование мероприятий в<br>рамках реализации<br>коммуникационной стратегии.   |  |  |  | 10 | Заполнение<br>Дневника<br>(часть 2)<br>Отчет по<br>практике (часть<br>2) |
| Самостоятельная работа<br>Подобрать и применить<br>основные технологии<br>маркетинговых коммуникаций  |  |  |  | 20 | Заполнение<br>Дневника<br>(часть 2)<br>Отчет по                          |

|  |  |  |  |    |  |
|--|--|--|--|----|--|
| при разработке и реализации коммуникационного продукта   |  |  |  |    | практике   |
| Самостоятельная работа<br>Подобрать и применить основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта |  |  |  | 14 | Заполнение Дневника (часть 2)<br>Отчет по практике (часть 2) |
| Самостоятельная работа<br>Осуществить продвижение коммуникационного продукта в коммерческой сфере  |  |  |  | 28 | Заполнение Дневника (часть 2)<br>Отчет по практике           |
| Самостоятельная работа<br>Выполнение вариативного задания  |  |  |  | 36 | Заполнение Дневника (часть 2)<br>Отчет по практике           |
| Самостоятельная работа<br>Внести предложения по использованию труда специалиста по рекламе в данном подразделении.   |  |  |  | 4  | Заполнение Дневника (часть 2)<br>Отчет по практике (часть 2) |
| Самостоятельная работа<br><b>Результативно - аналитический этап (часть 3):</b> Подготовка отчета, заполнение   |  |  |  | 10 | Заполнение Дневника (часть 3)<br>Отчет по практике           |
| Самостоятельная работа<br>Заполнение дневника, протоколов, индивидуальных заданий.   |  |  |  | 4  | Заполнение Дневника (часть 3)<br>Отчет по практике (часть 2) |
| Самостоятельная работа<br>Утверждение дневника, отзыва, отчета руководителем практики, написание самоанализа работы на практике                                |  |  |  | 2  | Заполнение Дневника (часть 3)<br>Отчет по практике           |



|   |     |  |  |     |  |
|---|-----|--|--|-----|--|
| Самостоятельная работа<br>Профессиональная рефлексия:<br>описание навыков и умений,<br>приобретенных за время<br>практики; индивидуальные<br>выводы о значимости<br>проведенного исследования;<br>выделение трудностей,<br>постановка задач по<br>профессиональному<br>саморазвитию |     |  |  | 2   | Заполнение<br>Дневника<br>(часть 3)<br>Отчет по<br>практике (часть<br>2) |
| Самостоятельная работа<br>Сдача зачета  |     |  |  | 6   |  |
| зачет с оценкой   |     |  |  |     | Зачет с<br>оценкой   |
| Всего:  | 432 |  |  | 432 | Зачет с<br>оценкой   |

## 5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ПРАКТИКИ

| Планируемые<br>(контролируемые)<br>результаты<br>практики:<br>коды<br>формируемой(ых)<br>компетенции(й) и<br>индикаторов<br>достижения<br>компетенций | Наименование<br>этапов практики      | Трудоемкость, час | Содержание практической<br>работы,<br>включая аудиторную,<br>внеаудиторную и иную<br>контактную работу, а также<br>самостоятельную работу<br>обучающегося   | Формы текущего<br>контроля<br>успеваемости                                 |
|---|--------------------------------------|-------------------|---|--|
| ПК-2:<br>ИД-ПК-2.2<br>ПК-3:<br>ИД-ПК-3.2<br>ИД-ПК-3.3<br>ПК-4:<br>ИД-ПК-4.1   | <b>5 семестр</b>                     |                   |   |  |
|   | Организационно-подготовительный этап | 20                | -прохождение вводного инструктажа и получение задания от руководителя практики со стороны выпускающей кафедры<br>-проведение инструктивного совещания с ознакомление обучающихся с содержанием и спецификой деятельности центра | собеседование по индивидуальным заданиям, уточнение индивидуальных заданий |
|   | Основной: практическая подготовка    | 388               | Практическая работа (работа по месту практики):<br>Составить индивидуальный план работы практиканта, согласовать его с  | -собеседование по этапам прохождения практики с определением качества      |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  |  | <p>руководителем практики. Изучить научно-исследовательскую базу учреждения, условия и возможности для проведения собственного исследования. Дать краткую характеристику организации.</p> <p>Выполнение пунктов индивидуального плана практиканта на предприятии.</p> <p>В ходе осуществления практической деятельности на предприятии, необходимо:</p> <p>А) учитывать особенности поведения и интересов других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе;</p> <p>Б) анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и построение продуктивного взаимодействия с учетом этого.</p> <p>Обработать уже проведенное эмпирическое (экспериментальное) исследование по выбранной теме в рамках производственной (преддипломной) практики, выполнив при этом ряд задач профессионального плана – организационных, диагностических, консультационных, тренинговых и др.</p> <p>При выполнении обработки эмпирического исследования осуществить:</p> <p>Определить научный аппарат и инструментарий исследования</p> <p>определение проблемы, объекта и предмета, формулировку цели, задач,</p> | <p>фактически выполненных частей обязательного и вариативных заданий на практику:</p> <p>-экспертная оценка выполнения обязательных заданий,</p> <p>– проверка дневника практики,</p> |
|--|--|--|---|

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
|  |  | <p>связанных с выбранной темой;<br/>         выбор методов и подбор методик;<br/>         б) осуществить обработку полученных данных:<br/>         количественная и качественная обработка данных эмпирического исследования (матрица ответов на анкету);<br/>         интерпретация результатов эмпирического исследования,<br/>         (подготовить аналитический лист, примеры в прикрепленных файлах к курсу, можно как с таблицами так и без таблиц);<br/>         формулирование выводов, полученных в результате эмпирического исследования (краткие выводы и корреляция полученных данных полученных в ходе исследования);<br/>         осуществить визуализацию проведенного вторичного анализа (на основе результатов эмпирического исследования разработать инфографику ( не менее 4-х инфографик);<br/>         На основе полученной информации о предприятии, выполнения индивидуального задания и проведенного вторичного анализа данных разработать индивидуальный и (или) коллективный проект в сфере рекламы и связей с общественностью.<br/>         Подготовить необходимую документацию по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.<br/>         Разработать план коммуникационных мероприятий и определить размер расходов на их</p> |  |
|--|--|---|--|

|  |                                    |    |  |   |
|--|------------------------------------|----|--|---|
|  |                                    |    | <p>реализацию.<br/>         Разработать бриф.<br/>         Осуществить тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.<br/>         Подобрать и применить основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта<br/>         Подобрать и применить основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта<br/>         Осуществить продвижение коммуникационного продукта в коммерческой сфере.<br/>         Вариативное задание.<br/>         Внести предложения по использованию труда специалиста по рекламе в данном подразделении.<br/>         Ведение дневника практики.</p> |   |
|  | Результативно - аналитический этап | 24 | <p>Написание отчета по практике, предоставление дневника, протоколов, индивидуальных заданий.<br/>         Утверждение дневника, отзыва, отчета руководителем практики, написание самоанализа работы на практике<br/>         – Профессиональная рефлексия: описание навыков и умений, приобретенных за время практики; индивидуальные выводы о значимости проведенного вида практики; выделение трудностей, постановка задач по профессиональному</p>   | <p>собеседование по результатам прохождения практики с определением качества фактически выполненных заданий на практику:<br/>         представление обучающимся:<br/>         – дневника практики,<br/>         – отчета по практике с приложением практического и документарного материала в</p> |

|  |  |  |              |   |
|--|--|--|--------------|---|
|  |  |  | саморазвитию | соответствии с заданиями по практике<br>– презентация для защиты практической работы. |
|--|--|--|--------------|---|

## 6. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

Индивидуальное задание обучающегося на практику составляется руководителем практики и включает в себя обязательные задания и вариативные задания для каждого обучающегося, отражающие специфику деятельности профильной организации/организации практики на базе структурных подразделений университета, индивидуальных интересов обучающихся

### 6.1. Обязательные задания на практику

В процессе производственной практики обучающиеся непосредственно участвуют в работе специалиста по рекламе организации – места практики.

Каждый обучающийся за период практики должен выполнить обязательное задание:

1. Составить индивидуальный план работы практиканта, согласовать его с руководителем практики.

2. Изучить научно-исследовательскую базу учреждения, условия и возможности для проведения собственного исследования. Дать краткую характеристику организации.

3. Выполнение пунктов индивидуального плана практиканта на предприятии.

В ходе осуществления практической деятельности на предприятии, необходимо:

А) учитывать особенности поведения и интересов других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе;

Б) анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и построение продуктивного взаимодействия с учетом этого.

4. Обработать уже проведенное эмпирическое (экспериментальное) исследование по выбранной теме в рамках производственной (преддипломной) практики, выполнив при этом ряд задач профессионального плана – организационных, диагностических, консультационных, тренинговых и др. (примечание: проводить исследование не нужно, можно взять исследование проводимое в рамках ВКР или любое уже проведенное)

При выполнении обработки эмпирического исследования осуществить:

Определить научный аппарат и инструментарий исследования  
определение проблемы, объекта и предмета, формулировку цели, задач, связанных с выбранной темой;

выбор методов и подбор методик;

б) осуществить обработку полученных данных:

количественная и качественная обработка данных эмпирического исследования (матрица ответов на анкету);

интерпретация результатов эмпирического исследования, (подготовить аналитический лист, примеры в прикрепленных файлах к курсу, можно как с таблицами так и без таблиц);

формулирование выводов, полученных в результате эмпирического исследования (краткие выводы и корреляция полученных данных полученных в ходе исследования);

осуществить визуализацию проведенного вторичного анализа (на основе результатов эмпирического исследования разработать инфографику ( не менее 4-х инфографик);

5. На основе полученной информации о предприятии, выполнения индивидуального задания и проведенного вторичного анализа данных разработать индивидуальный и (или) коллективный проект в сфере рекламы и связей с общественностью.
6. Подготовить необходимую документацию по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.
7. Разработать план коммуникационных мероприятий и определить размер расходов на их реализацию.
8. Осуществить тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.
9. Разработать Бриф.
10. Подобрать и применить основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
11. Подобрать и применить основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
12. Осуществить продвижение коммуникационного продукта в коммерческой сфере.
13. Внести предложения по использованию труда специалиста по рекламе в данном подразделении.
14. Оформить отчет в соответствии с предъявляемыми требованиями.
15. В ходе практики выполнить необходимые организационные, диагностические, консультационные, просветительские и другие виды работ.
16. Подготовить отчет и дневник, а так же необходимые материалы и документы по практике.
17. Защитить отчет на зачете с оценкой.

## 6.2. Вариативные задания на практику

Содержательная часть вариативного индивидуального задания на практику для каждого обучающегося составляется руководителем практики в зависимости от функциональных особенностей деятельности организации, в которой обучающийся проходит практику. Обучающийся вправе участвовать в формировании списка своих задач, учитывая при этом сферу собственных профессиональных интересов, особенности осуществляемой им научной деятельности или для повышения эффективности подготовки в рамках курсовой работы.

Обучающийся выполняет не менее 1-го вариативного задания на выбор:

### **Описать и провести маркетинговый анализ по теме ВКР.**

В рамках данного задания необходимо описать ряд методов маркетингового анализа и провести маркетинговое исследование по теме выпускной квалификационной работы.

#### 1. SMART анализ

Студент описывает сущность и содержание метода маркетингового исследования.

Раскрываются:

- исторические аспекты создания и применения метода
- преимущества и недостатки метода
- применение метода в рамках темы ВКР.

#### 2. PEST анализ

Студент описывает сущность и содержание метода маркетингового исследования.

Раскрываются:

- исторические аспекты создания и применения метода
- преимущества и недостатки метода
- применение метода в рамках темы ВКР

#### 3. SWOT анализ

Студент описывает сущность и содержание метода маркетингового исследования.

Раскрываются:

- исторические аспекты создания и применения метода
- преимущества и недостатки метода
- применение метода в рамках темы ВКР

## 7. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ, КРИТЕРИИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

### 7.1. Соотнесение планируемых результатов практики с уровнями сформированности компетенций

| Уровни сформированности компетенций | Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации | Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации | Показатели уровней сформированности универсальной(-ых) компетенции(-й)   | Показатели уровней сформированности общепрофессиональной (-ых) компетенции(-й) | Показатели уровней сформированности профессиональной(-ых) компетенции(-й) |
|-------------------------------------|---|---|--|--|---|
| высокий                             | 85 – 100  | зачтено (отлично)/<br>зачтено   | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</li> <li>– Определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующих правовых норм в рамках поставленных задач</li> <li>– Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и совершенствования в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач</li> <li>– Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</li> <li>– Учитывает особенности поведения и интересов других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе</li> <li>– Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и выстраивает продуктивное взаимодействие с учетом этого</li> <li>– Способен применять специализированные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</li> <li>– Применяет специализированные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта</li> <li>– Способен разрабатывать индивидуальные и коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигать коммуникационный продукт в коммерческой сфере</li> </ul> |  |   |



|            |         |  |  |
|------------|---------|--|--|
|            |         |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Подготавливает необходимую документацию по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</li> <li>– Разрабатывает план коммуникационных мероприятий и определяете размер расходов на их реализацию</li> <li>– Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</li> <li>– Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</li> </ul>   |
| повышенный | 65 – 84 | зачтено (хорошо)/<br>зачтено               | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Способен определять круг задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</li> <li>– Определяет имеющиеся ресурсы действующих правовых норм в рамках поставленных задач</li> <li>– Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования или совершенствования в соответствии с запланированными результатами, при необходимости корректирует способы решения задач</li> <li>– Способен осуществлять социальное взаимодействие в команде</li> <li>– Учитывает особенности поведения других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе</li> <li>– Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе</li> <li>– Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</li> <li>– Применяет основные маркетинговые инструменты при планировании производства или реализации коммуникационного продукта</li> <li>– Способен разрабатывать индивидуальные или коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигать коммуникационный продукт в коммерческой сфере</li> <li>– Подготавливает необходимую документацию по сопровождению проекта в сфере рекламы или связей с общественностью</li> <li>– Разрабатывает план коммуникационных мероприятий и определяете общий размер расходов</li> <li>– Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов</li> </ul> <p>Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках коммуникационной стратегии</p> |
| базовый    | 41 – 64 | зачтено<br>(удовлетворительно)/<br>зачтено | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Способен определять круг задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм</li> <li>– Определяет ресурсы действующих правовых норм в рамках поставленных задач</li> <li>– Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования в соответствии с запланированными результатами</li> </ul>  |

|        |        |                                    |  |
|--------|--------|------------------------------------|--|
|        |        |                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Способен осуществлять социальное взаимодействие</li> <li>– Учитывает особенности поведения других участников при реализации своей роли</li> <li>– Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии</li> <li>– Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций</li> <li>– Применяет основные маркетинговые инструменты при планировании производства</li> <li>– Способен разрабатывать индивидуальные в сфере рекламы и связей с общественностью</li> <li>– Подготавливает необходимую документацию по сопровождению проекта в</li> <li>– Разрабатывает план коммуникационных мероприятий</li> <li>– Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний</li> <li>– Осуществляет тактическое планирование мероприятий</li> </ul>  |
| низкий | 0 – 40 | неудовлетворительно/<br>не зачтено | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Не способен определять круг задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм</li> <li>– Не определяет ресурсы действующих правовых норм в рамках поставленных задач</li> <li>– Не представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования в соответствии с запланированными результатами</li> <li>– Не способен осуществлять социальное взаимодействие</li> <li>– Не учитывает особенности поведения других участников при реализации своей роли</li> <li>– Не анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии</li> <li>– Не способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций</li> <li>– Не применяет основные маркетинговые инструменты при планировании производства</li> <li>– Не способен разрабатывать индивидуальные в сфере рекламы и связей с общественностью</li> <li>– Не подготавливает необходимую документацию по сопровождению проекта в</li> <li>– Не способен разработать план коммуникационных мероприятий</li> <li>– Не способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний</li> <li>– Не осуществляет тактическое планирование мероприятий</li> </ul> |

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Проверка достижения результатов обучения по практике осуществляется в рамках текущей и промежуточной аттестации.

### **8.1. Текущий контроль успеваемости по практике**

При проведении текущего контроля по практике проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы с применением оценочных средств:

- собеседование по уточнению содержания индивидуального задания на период практики и выполнению обязательных заданий

#### **Вопросы для собеседования**

1. Анализ вторичных данных как метод исследования в рекламе и связях с общественностью
2. Особенности разработки индивидуального проекта в сфере рекламы и связях с общественностью.
3. Особенности разработки коллективного проекта в сфере рекламы и связях с общественностью.
4. Основные требования к исследованию
5. Визуальный материал, как основной источник информации в сфере рекламы и связях с общественностью.
6. Визуальный материал, как вспомогательный источник информации в сфере рекламы и связях с общественностью.
7. Тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
8. План коммуникационных мероприятий в рамках реализации коммуникационного продукта
9. Качественные и количественные социологические исследования
10. Интерпретация и обработка результатов исследования
11. Исследовательские факторы
12. Маркетинговые исследования: сущность и отличия
13. SWOT- анализ: особенности применения
14. PEST-анализ: методика проведения
15. SMART-анализ: содержание и характеристики метода
16. Практическое применение маркетинговых исследований
17. Преимущества и недостатки SWOT- анализа
18. Преимущества и недостатки PEST-анализа
19. Преимущества и недостатки SMART-анализа
20. Необходимость социологических исследований в сфере рекламы и связях с общественностью.
21. Технологии маркетинговых коммуникаций при разработке коммуникационного продукта
22. Технологии маркетинговых коммуникаций при реализации коммуникационного продукта
23. Основные маркетинговые инструменты при планировании производства коммуникационного продукта
24. Основные маркетинговые инструменты при планировании реализации коммуникационного продукта
25. Продвижение коммуникационного продукта в коммерческой сфере.

## 8.2. Критерии оценивания текущего контроля выполнения заданий практики

| <b>Виды работ:</b>  | <b>100-балльная шкала</b> | <b>пятибалльная система</b> |
|---|---------------------------|-----------------------------|
| Выполнение обязательных заданий индивидуального плана работы:   |                           | 2 - 5                       |
| –Составить индивидуальный план работы практиканта, согласовать его с руководителем практики и утвердить его у директора учреждения.   |                           |                             |
| – Изучить научно-исследовательскую базу учреждения, условия и возможности для проведения собственного исследования.   |                           |                             |
| – Дать общую характеристику конкретной организации (или одного из подразделений крупной организации).   |                           |                             |
| -Выполнение пунктов индивидуального плана практиканта на предприятии.<br>В ходе осуществления практической деятельности на предприятии, необходимо:<br>А) учитывать особенности поведения и интересов других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе;<br>Б) анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и построение продуктивного взаимодействия с учетом этого. |                           |                             |
| Обработать уже проведенное эмпирическое (экспериментальное) исследование по выбранной теме в рамках производственной (преддипломной) практики, выполнив при этом ряд задач профессионального плана – организационных, диагностических, консультационных, тренинговых и др.  |                           |                             |
| На основе полученной информации о предприятии, выполнения индивидуального задания и проведенного вторичного анализа данных разработать индивидуальный и (или) коллективный проект в сфере рекламы и связей с общественностью.   |                           |                             |
| Подготовить необходимую документацию по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.   |                           |                             |
| Разработать план коммуникационных мероприятий и определить размер расходов на их реализацию.  |                           |                             |
| Осуществить тактическое планирование мероприятий в рамках реализации  |                           |                             |

|  |  |       |
|--|--|-------|
| коммуникационной стратегии.  |  |       |
| Разработать бриф   |  |       |
| Подобрать и применить основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта          |  |       |
| Подобрать и применить основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта |  |       |
| Осуществить продвижение коммуникационного продукта в коммерческой сфере.   |  |       |
| Вариативное задание  |  |       |
| Внести предложения по использованию труда специалиста по рекламе в данном подразделении.   |  |       |
| Подготовка отчетной документации по практике:  |  |       |
| – индивидуальный план работы,  |  |       |
| – дневник практики   |  |       |
| – отчет о прохождении практики   |  |       |
| <b>Итого:</b>  |  | 2 - 5 |

### 8.3. Промежуточная аттестация успеваемости по практике

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой.

Оценка определяется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости, и оценки на зачете (представление отчетных материалов по практике).

Формами отчетности по итогам практики являются:

- индивидуальное задание на практику;
- письменный отчет по практике;
- дневник по практике, (заполняется обучающимся и содержит ежедневные записи о проделанной работе);
- характеристика руководителя практики от организации с рекомендуемой оценкой.

### 8.4. Критерии оценки промежуточной аттестации практики

| Форма промежуточной аттестации   | Критерии оценивания | Шкалы оценивания     |                       |
|----------------------------------|---------------------|----------------------|-----------------------|
|                                  |                     | 100-балльная система | Пяти-балльная система |
| Наименование оценочного средства |                     |                      |                       |

| Форма промежуточной аттестации                | Критерии оценивания   | Шкалы оценивания     |                       |
|---|---|----------------------|-----------------------|
| Наименование оценочного средства              |   | 100-балльная система | Пяти-балльная система |
| зачет с оценкой:<br>защита отчета по практике | <p>Содержание разделов отчета учебной практике точно соответствует требуемой структуре отчета, имеет четкое построение, логическую последовательность изложения материала, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций.</p> <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Демонстрирует готовность к осуществлению профессиональной деятельности, использует профессиональную терминологию грамотно</li> <li>- Представляет системный анализ всех сторон исследуемой проблемы, используя знания и умения, полученные из разных дисциплин.</li> <li>- Предлагает и полностью обосновывает творческое решение задач профессиональной деятельности.</li> </ul> <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p> <p>Дневник практики отражает ясную последовательность выполненных работ, содержит выводы и анализ практической деятельности.</p> | 24 – 30<br>баллов    | 5                     |
|   | <p>Отчет о прохождении учебной практики, а также дневник практики оформлен в соответствии с требованиями программы практики, содержание разделов отчета о учебной практике в основном соответствует требуемой структуре отчета, однако имеет отдельные отклонения и неточности в построении, логической последовательности изложения материала, выводов и рекомендаций.</p> <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Демонстрирует готовность к осуществлению профессиональной деятельности, использует профессиональную терминологию</li> <li>- Представляет анализ разных сторон исследуемой проблемы, но недостаточно системно использует материал, предусмотренный рабочими программами изученных дисциплин.</li> <li>- Предлагает и полностью обосновывает традиционное решение задач профессиональной деятельности.</li> </ul>  | 12 – 23<br>баллов    | 4                     |

| Форма промежуточной аттестации   | Критерии оценивания   | Шкалы оценивания     |                       |
|----------------------------------|---|----------------------|-----------------------|
| Наименование оценочного средства |   | 100-балльная система | Пяти-балльная система |
|                                  | <p>Ответ содержит несколько фактических ошибок, иллюстрируется примерами.<br/>Дневник практики заполнен практически полностью, проведен частичный анализ практической работы.</p>   |                      |                       |
|                                  | <p>Отчет о прохождении учебной практики, а также дневник практики оформлен, с нарушениями к требованиям, содержание разделов отчета о учебной практике, в основном, соответствует требуемой структуре отчета, однако нарушена логическая последовательность изложения материала, выводы и рекомендации некорректны.<br/>Обучающийся:<br/>- В основном демонстрирует готовность к осуществлению профессиональной деятельности, профессиональную терминологию использует мало<br/>- Представляет анализ некоторых сторон исследуемой проблемы, недостаточно системно использует материал, предусмотренный рабочими программами изученных дисциплин.<br/>- Предлагает традиционное решение задач профессиональной деятельности, но обосновывает его не в полной мере.<br/>Ответ содержит несколько грубых и фактических ошибок.<br/>Дневник практики заполнен не полностью, анализ практической работы представлен эпизодически.</p> | 6 – 11 баллов        | 3                     |
|                                  | <p>Обучающийся:<br/>– не выполнил или выполнил не полностью программу практики;<br/>– не показал достаточный уровень знаний и умений применения методов и приемов исследовательской и аналитической работы;<br/>– оформление отчета по практике не соответствует требованиям<br/>– в выступлении не ответил на заданные вопросы или допустил грубые ошибки.<br/>Дневник практики не заполнен или заполнен частично.</p>   | 0 – 5 баллов         | 2                     |

## 9. СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценка по практике выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

### 9.1. Система оценивания

| Форма контроля                                       | 100-балльная система | пятибалльная система   |
|--|----------------------|--|
| Текущий контроль                                     |                      | 2 - 5  |
| Промежуточная аттестация (защита отчета по практике) |                      | зачтено (отлично)<br>зачтено (хорошо)<br>зачтено (удовлетворительно)<br>не зачтено (неудовлетворительно) |
| <b>Итого за семестр</b>                              |                      |  |

## 10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Практика для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ) организуется и проводится на основе индивидуального личностно-ориентированного подхода.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ могут проходить практику как совместно с другими обучающимися (в учебной группе), так и индивидуально (по личному заявлению).

Обучающиеся данной категории могут проходить практику в профильных организациях (на предприятиях, в учреждениях), определенных для учебной группы, в которой они обучаются, если это не создает им трудностей в прохождении практики и освоении программы практики.

При наличии необходимых условий для освоения программы практики и выполнения индивидуального задания (или возможности создания таких условий) практика обучающихся данной категории может проводиться в структурных подразделениях университета.

При определении места практики для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ особое внимание уделяется безопасности труда и оснащению (оборудованию) рабочего места. Рабочие места, предоставляемые предприятием (организацией, учреждением), должны (по возможности) обеспечивать беспрепятственное нахождение указанным лицом на своем рабочем месте для выполнения трудовых функций.

При необходимости рабочая программа практики может быть адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Индивидуальные задания формируются руководителем практики от университета с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья каждого конкретного обучающегося данной категории и должны соответствовать требованиям выполнимости и посильности.

Объем, темп, формы работы устанавливаются индивидуально для каждого обучающегося данной категории. В зависимости от нозологии максимально снижаются противопоказанные (зрительные, звуковые, мышечные и др.) нагрузки.

Применяются методы, учитывающие динамику и уровень работоспособности обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ.



Осуществляется комплексное сопровождение инвалидов и лиц с ОВЗ во время прохождения практики, которое включает в себя учебно-методическую помощь и контроль со стороны руководителей практики от университета и от предприятия (организации, учреждения), корректирование (при необходимости) индивидуального задания и программы практики.

Учебно-методические материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов.

При необходимости, обучающемуся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа и представления отчета.

## 11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Материально-техническое оснащение практики обеспечивается профильной организацией в соответствии с заключенными договорами о практической подготовке

Материально-техническое обеспечение практики соответствует требованиям ФГОС и включает в себя: специально оборудованные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ.

| <i>119071, г. Москва, Малый Калужский переулок, дом 2, строение 4</i>   |   |
|---|---|
| <b>№ и наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, помещений предназначенных для практической подготовки</b> | <b>Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, помещений предназначенных для практической подготовки</b>   |
| - аудитория для проведения занятий по практической подготовке   | Комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: 5 персональных компьютеров, принтеры; Комплект учебной мебели, доска меловая. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе практики. |
|   |   |

## 12. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

| № п/п   | Автор(ы)         | Наименование издания                                      | Вид издания (учебник, УП, МП и др.) | Издательство           | Год издания | Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)   | Количество экземпляров в библиотеке Университета |
|---|------------------|---|-------------------------------------|------------------------|-------------|---|--|
| 10.1 Основная литература, в том числе электронные издания       |                  |   |                                     |                        |             |   |  |
| 1   | Тюрин Д. В       | Маркетинговые исследования                                | Учебник                             | М.: Издательство Юрайт | 2019        | <a href="https://bibli-online.ru/viewer/marketingovye-issledovaniya-426329#page/1">https://bibli-online.ru/viewer/marketingovye-issledovaniya-426329#page/1</a>   |  |
| 2   | Кравченко А. И   | Методология и методы социологических исследований         | Учебник для бакалавриата            | М.: Издательство Юрайт | 2019        | <a href="https://bibli-online.ru/viewer/metodologiya-i-metody-sociologicheskikh-issledovaniy-v-2-ch-chast-1-438331#/">https://bibli-online.ru/viewer/metodologiya-i-metody-sociologicheskikh-issledovaniy-v-2-ch-chast-1-438331#/#/</a> |  |
| 3   | Могильчак Е. Л.  | Методика социологического исследования. Выборочный метод. | Учебник для бакалавриата            | М.: Издательство Юрайт | 2019        | <a href="https://bibli-online.ru/viewer/metodika-sociologicheskogo-issledovaniya-vyborochnyy-metod-438079#page/1">https://bibli-online.ru/viewer/metodika-sociologicheskogo-issledovaniya-vyborochnyy-metod-438079#page/1</a>           |  |
| 10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания |                  |   |                                     |                        |             |   |  |
| 1   | Оганян К. М.     | Методология и методы социологического исследования        | Учебник                             | М.: Издательство Юрайт | 2019        | <a href="https://bibli-online.ru/viewer/metodologiya-i-metody-sociologicheskogo-issledovaniya-434398#page/1">https://bibli-online.ru/viewer/metodologiya-i-metody-sociologicheskogo-issledovaniya-434398#page/1</a>                     |  |
| 2   | Зерчанинова Т. Е | Социология: методы прикладных исследований                | Учебное пособие                     | М.: Издательство Юрайт | 2019        | <a href="https://bibli-online.ru/viewer/sociologiya-metody-prikladnyh-issledovaniy-437661#page/1">https://bibli-online.ru/viewer/sociologiya-metody-prikladnyh-issledovaniy-437661#page/1</a>   |  |
| 3   | Рой О. М.        | Исследования социально-                                   | Учебник                             | М.: Издательство       | 2019        | <a href="https://bibli-">https://bibli-</a>   |  |

|   |   |   |   |  |      |   |  |
|---|---|---|---|--|------|---|--|
|   |   | экономических и политических процессов  |   | Юрайт                                      |      | <a href="https://online.ru/viewer/issledovaniya-socialno-ekonomicheskikh-i-politicheskikh-processov-438350/">online.ru/viewer/issledovaniya-socialno-ekonomicheskikh-i-politicheskikh-processov-438350/#/</a> |  |
| 4   | Стегний В. Н.   | Социальное прогнозирование и проектирование   | Учебник для академического бакалавриата | М.: Издательство Юрайт                     | 2018 | <a href="https://biblionline.ru/viewer/socialnoe-prognozirovanie-i-proektirovanie-438999/#/">https://biblionline.ru/viewer/socialnoe-prognozirovanie-i-proektirovanie-438999/#/</a>                           |  |
| 10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины (модуля) авторов РГУ им. А. Н. Косыгина) |   |   |   |  |      |   |  |
| 1   | Карпова Е.Г.,<br>Котовская М.Г.,<br>Кащеев О.В.,<br>Усик С.П.,<br>Мореева Е.В.,<br>Чабиева Т.С.,<br>Живенкова С.Ю.,<br>Кобозева Д.Л.,<br>Хрусловский В.А.,<br>Губина С.А. | Учебное пособие по подготовке и защите курсовых работ по направлениям подготовки 42.03.01–Реклама и связи с общественность, 39.03.01–Социология                   | Учебное пособие                         | М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2021 | 2021 | ИСИ   |  |
| 2   | Карпова Е.Г.,<br>Котовская М.Г.,<br>Кащеев О.В.,<br>Усик С.П.,<br>Мореева Е.В.,<br>Чабиева Т.С.,<br>Живенкова С.Ю.,<br>Кобозева Д.Л.,<br>Хрусловский В.А.,<br>Губина С.А. | Учебное пособие по подготовке и защите выпускных квалификационных работ по направлениям подготовки 42.03.01–Реклама и связи с общественность, 39.03.01–Социология | Учебное пособие                         | М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2021 | 2021 | ИСИ   |  |

### 13. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

13.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

| № пп | Наименование, адрес веб-сайта   |
|------|---|
| 1.   | ЭБС «Лань» <a href="http://www.e.lanbook.com/">http://www.e.lanbook.com/</a>  |
| 2.   | «Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»<br><a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>  |
| 3.   | Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com»<br><a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>   |
| 4.   | ООО «ИВИС» <a href="http://dlib.eastview.com/">http://dlib.eastview.com/</a> Договор № 223-П от 26.10.2015 г.<br><a href="http://dlib.eastview.com/">http://dlib.eastview.com/</a>  |
| 5.   | Annual Reviews Science Collection <a href="https://www.annualreviews.org/">https://www.annualreviews.org/</a> Доступ получен в результате конкурса проведенного Министерством образования и науки России<br>Сублицензионный Договор №AR/019 от 01.03.2016 г.  |
| 6.   | Патентная база компании QUESTEL – ORBIT<br><a href="https://www37.orbit.com/#PatentEasySearchPage">https://www37.orbit.com/#PatentEasySearchPage</a> . Доступ получен в результате конкурса проведенного Министерством образования и науки России<br>Сублицензионный Договор № Questel/019 от 01.03.2016 г.   |
| 7.   | В библиотеке ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина» с 01.01.2017 – бессрочно открыт доступ к ресурсам издательства «SpringerNature»<br><a href="http://www.springerprotocols.com/">http://www.springerprotocols.com/</a> ; <a href="http://www.zentralblatt-math.org/zmath/en">http://www.zentralblatt-math.org/zmath/en</a> ;<br><a href="http://www.springerimages.com">http://www.springerimages.com</a> |
| 8.   | Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <a href="http://www.elibrary.ru/">http://www.elibrary.ru/</a><br>Лицензионное соглашение № 8076 от 20.02.2013 г.   |
| 9.   | НЭИКОН <a href="http://www.neicon.ru/">http://www.neicon.ru/</a> Соглашение № ДС-884-2013 от 18.10.2013   |
| 10.  | ООО «Национальная электронная библиотека» (НЭБ) <a href="http://нэб.рф/">http://нэб.рф/</a> Договор № 101/НЭБ/0486 от 16.07.2015 г.   |
| 11.  | База данных издательства «Wiley» <a href="http://onlinelibrary.wiley.com/">http://onlinelibrary.wiley.com/</a>  |
| 12.  | Электронный ресурс «Polpred.com Обзор СМИ» <a href="http://www.polpred.com/">http://www.polpred.com/</a> Доступ открыт до 15.10.2018 г.   |

13.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

| №п/п | Наименование лицензионного программного обеспечения   | Реквизиты подтверждающего документа         |
|------|---|---|
| 1.   | <i>Windows 10 Pro, MS Office 2019</i>   | <i>контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019</i> |
| 2.   | <i>CorelDRAW Graphics Suite 2018</i>  | <i>контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019</i> |
| 3.   | <i>Adobe Creative Cloud 2018 all Apps (Photoshop, Lightroom, Illustrator, InDesign, XD, Premiere Pro, Acrobat Pro, Lightroom Classic, Bridge, Spark, Media Encoder, InCopy, Story Plus, Muse и др.)</i> | <i>контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019</i> |
|      |   |   |

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**

В рабочую программу практики внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_:

| <b>№ пп</b> | <b>год обновления РПП</b> | <b>характер изменений/обновлений с указанием раздела</b> | <b>номер протокола и дата заседания кафедры</b> |
|-------------|---------------------------|--|---|
|             |                           |  |   |
|             |                           |  |   |
|             |                           |  |   |
|             |                           |  |   |
|             |                           |  |   |