

**Аннотация программы практик и организации  
научно-исследовательской работы магистрантов по направлению  
подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью  
(направленность (профиль):  
Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса)**

**I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Данная Программа разработана в соответствии с «Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383, и приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 декабря 2017 г. № 1225 «О внесении изменений в Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383», Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ, «Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301, Трудовым кодексом Российской Федерации, Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень магистратуры), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 апреля 2015 г. № 372, профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973), профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный № 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н (зарегистрированный Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный № 45230) и определяет виды, порядок организации и материально-техническое обеспечение проведения практик обучающихся, осваивающих основную профессиональную образовательную программу высшего образования.

Практика обучающихся в НГЛУ является составной частью ОПОП подготовки магистрантов и представляет собой вид учебной работы, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку.

Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения, приобретение общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, необходимых в работе по направлению подготовки 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью. Цели, задачи, а также требования к организации и проведению практики определены учебным планом, составленным в соответствии с действующими ФГОС ВО.

Программа практики по направлению подготовки 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью определяет объем (трудоемкость 1 недели практики не может превышать 54 часа) и содержание каждого вида практики в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом НГЛУ и утверждается первым проректором.

Сроки проведения практики установлены в соответствии с учебным планом, календарным учебным графиком и с учетом требований ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью.

Проведение практики осуществляется на основе договоров между Университетом и соответствующими организациями, которые определяются выпускающей кафедрой.

ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью предусмотрены следующие виды практик:

- учебная;
- производственная;
- производственная практика (научно-исследовательская работа);
- производственная практика (преддипломная).

## **II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

### **1. Цель учебной практики**

Формирование и закрепление у магистрантов знаний, умений и навыков профессиональной деятельности по соответствующему направлению подготовки для освоения компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень магистратуры) в таких сферах профессиональной деятельности, как организационно-управленческая, коммуникационная, проектная, информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая, научно-исследовательская и педагогическая деятельность.

### **2. Задачи учебной практики**

Задачи организационно-управленческого характера:

- управление коммуникационными службами рекламы и связей с общественностью компании (организации), планирование и организация рекламных компаний и компаний по связям с общественностью, проведение мероприятий по повышению имиджа организации, контроль и оценка эффективности связей с общественностью;

- контроль и оценка эффективности и корректировка стратегий, планов, компаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью;

- организация эффективных внутренних коммуникаций, создание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации, осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников, формирование и обеспечение высокого уровня корпоративной культуры;

коммуникационного характера:

- руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных компаний и мероприятий;

- формирование стратегий, определение целей, разработка программ и проведение коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий, контроль и оценка их эффективности;

- создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными, коммерческими организациями, средствами массовой информации;

- организация внутреннего и внешнего коммуникационного аудита организации, разработка стратегии и тактических планов, бюджетов в области рекламы и связей с общественностью;

проектного характера:

- разработка стратегических концепций и бизнес-планов проектов, заданий на их разработку, руководство проектной деятельностью;

- оценка качества и эффективности проектов;

информационно-аналитического и прогнозно-аналитического характера:

- руководство подготовкой и проведением количественных и качественных исследований, анализ и интерпретация первичной и вторичной информации, подготовка социальных обзоров, прогнозов, консалтинга;

- руководство подготовкой и проведением анкетирования и опросов с целью выявления предпочтений целевых фокус-групп;

- постановка проблемы, определение целей, задач, предмета и методов исследования;

- организация и проведение исследований общественной среды и общественного мнения;

- анализ полученных данных и формулирование предложений по оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью компании/организации и повышению ее позиции в обществе и конкурентной среде;

- составление аналитических справок, экспертных заключений, отчетов, обзоров и прогнозов на основе результатов анализа коммуникационной среды;

- разработка планов, программ и других материалов, содержащих научно обоснованные

прогнозно-аналитические рекомендации;

- проведение консультационной работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных коммуникаций.

### **3. Способы и форма проведения учебной практики**

Способы проведения учебной практики:

- стационарная;
- выездная.

Форма производственной практики - непрерывно - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

### **4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении учебной практики**

В результате прохождения учебной практики обучающийся должен приобрести следующие общекультурные компетенции:

- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

- способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);

- способность планировать и осуществлять коммуникационные компании и мероприятия (ОПК-2);

- владеть корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);

- способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);

- владеть техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5);

- владеть методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6);

- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);

- готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении (ОПК-8);

- способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9).

### **5. Место учебной практики в структуре ОПОП**

Учебная практика проводится в 1-2 семестрах и входит в Блок «Практики, в том числе научно-исследовательская работа».

### **6. Объем учебной практики и ее продолжительность**

Общая трудоемкость практики составляет 9 зачетных единиц (общим объемом 324 часа). Продолжительность учебной практики - 6 недель (очно-заочная форма), 4 недели в 1 семестре и 2 недели во 2 семестре (заочная форма).

### **7. Содержание и порядок прохождения учебной практики**

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	Ознакомительная лекция	- Понимание цели и задач практики; - ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; - изучение Положения о практике.

2.	Инструктаж по технике безопасности	- Усвоение правил и норм безопасного прохождения практики.
3.	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	- Ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; - определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; - общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
4.	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	- Понимание своего места и роли в организации; - описание собственных функциональных обязанностей стажера; - определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5.	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного студентом во время практики	- Подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.
6.	Составление дневника практики	- Разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.
7.	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных магистрантом в процессе практики в конкретной организации. Выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	- Описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; - выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; - изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; - общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; - изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; - общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; - анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; - систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.
8.	Выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	- Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
9.	Анализ компетенций приобретенных во время практики	- Анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики
10.	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня	- Выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

### **III. СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

#### **1. Цель производственной практики**

Формирование и закрепление у магистрантов знаний, умений и навыков профессиональной деятельности по соответствующему направлению подготовки для освоения компетенций, в таких сферах профессиональной деятельности, как организационно-управленческая, коммуникационная, проектная, информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая, научно-исследовательская и педагогическая деятельность.

#### **2. Задачи производственной практики**

Организационно-управленческие:

- управление коммуникационными службами рекламы и связей с общественностью компании (организации), планирование и организация рекламных компаний и компаний по связям с общественностью, проведение мероприятий по повышению имиджа организации, контроль и оценка эффективности связей с общественностью;

- контроль и оценка эффективности и корректировка стратегий, планов, компаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью;

- организация эффективных внутренних коммуникаций, создание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации, осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников, формирование и обеспечение высокого уровня корпоративной культуры;

коммуникационные:

- руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных компаний и мероприятий;

- формирование стратегий, определение целей, разработка программ и проведение коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий, контроль и оценка их эффективности;

- создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными, коммерческими организациями, средствами массовой информации;

- организация внутреннего и внешнего коммуникационного аудита организации, разработка стратегии и тактических планов, бюджетов в области рекламы и связей с общественностью;

проектные:

- разработка стратегических концепций и бизнес-планов проектов, заданий на их разработку, руководство проектной деятельностью;

- оценка качества и эффективности проектов;

информационно-аналитические:

- руководство подготовкой и проведением количественных и качественных исследований, анализ и интерпретация первичной и вторичной информации, подготовка социальных обзоров, прогнозов, консалтинга;

- руководство подготовкой и проведением анкетирования и опросов с целью выявления предпочтений целевых фокус-групп;

- постановка проблемы, определение целей, задач, предмета и методов исследования;

- организация и проведение исследований общественной среды и общественного мнения;

- анализ полученных данных и формулирование предложений по оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью компании/организации и повышению ее позиции в обществе и конкурентной среде;

- составление аналитических справок, экспертных заключений, отчетов, обзоров и прогнозов на основе результатов анализа коммуникационной среды;

- разработка планов, программ и других материалов, содержащих научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;

- проведение консультационной работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных коммуникаций.

Задачи в сфере научно-исследовательской и педагогической деятельности:

- выявление тенденций, динамики процессов и инновационных явлений, разработка концептуальных моделей, рабочих планов и программ проведения научных исследований и

методических разработок в области рекламы и связей с общественностью;

- определение состава и операционализации основных изучаемых переменных, выявление проблем, определение гипотез их решения, подбор методик, планирование и организация проведения рыночных и социологических исследований, анализ и интерпретация их результатов, разработка основных коммуникационных стратегий в области совершенствования и оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью;

- подготовка научных работ, отчетов, обзоров, прогнозов, публикаций по результатам выполненных научно-практических исследований, планирование, организация и применение на практике полученных результатов.

### **3. Способы и форма проведения производственной практики**

Способ проведения производственной практики:

- стационарная;
- выездная.

Форма производственной практики - непрерывно - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

### **4. Перечень планируемые результаты обучения при прохождении производственной практики**

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен приобрести следующие профессиональные компетенции:

- способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);

*организационно-управленческая деятельность:*

- способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1);

- способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий (ПК-2);

- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-3);

- способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность (ПК-4);

- способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность (ПК-5);

- способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность (ПК-6);

- способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях (ПК-7);

- способность оценивать затраты и результаты деятельности организации (ПК-8);

- способность к выработке нестандартных решений (ПК-9);

- способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10);

- способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов (ПК-11);

*коммуникационная деятельность:*

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);

- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13);

*проектная деятельность:*

- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-14);

- способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей

использования современных методов их реализации, контроля и корректировки (ПК-15);

- способность использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов (ПК-16);

*информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая деятельность:*

- способность руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований (ПК-17);

- способность разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера (ПК-18);

- способность осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций (ПК-19).

### **5. Место производственной практики в структуре ОПОП**

Производственная практика проводится в 3 семестре и входит в Блок «Практики, в том числе научно-исследовательская работа».

### **6. Объем производственной практики и ее продолжительность**

Общая трудоемкость практики составляет 12 зачетных единиц (общим объемом 432 часа).

Продолжительность производственной практики - 8 недель.

### **7. Содержание и порядок прохождения производственной практики**

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	Ознакомительная лекция	- Понимание цели и задач практики; - ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; - изучение Положения о практике.
2.	Инструктаж по технике безопасности	- Усвоение правил и норм безопасного прохождения практики.
3.	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	- Ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; - определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; - общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
4.	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	- Понимание своего места и роли в организации; - описание собственных функциональных обязанностей стажера; - определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5.	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного студентом во время практики	- Подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.
6.	Составление дневника практики	- Разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.
7.	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных студентом в процессе практики в конкретной организации. Выявление актуального	- Описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; - выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; - изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; - общая характеристика маркетинговых и рекламных

	опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	коммуникаций, используемых предприятием; - изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; - общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; - анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; - систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.
8.	Выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	- Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
9.	Анализ компетенций приобретенных во время практики	- Анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
10.	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня	- Выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

#### **IV. СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ)**

##### **1. Цель производственной практики (научно-исследовательской работы)**

Формирование целостного представления о теории и методике научного исследования; изучение специфики и особенностей организации научно-исследовательской деятельности; выработка 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.

##### **2. Задачи производственной практики (научно-исследовательской работы)**

- Разработка стратегических концепций и бизнес-планов проектов, заданий на их разработку, руководство проектной деятельностью;
- оценка качества и эффективности проектов;
- руководство подготовкой и проведением количественных и качественных исследований, анализ и интерпретация первичной и вторичной информации, подготовка социальных обзоров, прогнозов, консалтинга;
- руководство подготовкой и проведением анкетирования и опросов с целью выявления предпочтений целевых фокус-групп;
- постановка проблемы, определение целей, задач, предмета и методов исследования;
- организация и проведение исследований общественной среды и общественного мнения;
- анализ полученных данных и формулирование предложений по оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью компании/организации и повышению ее позиции в обществе и в конкурентной среде;
- составление аналитических справок, экспертных заключений, отчетов, обзоров и



прогнозов на основе результатов анализа коммуникационной среды;

- разработка планов, программ и других материалов, содержащих научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;
- проведение консультационной работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций.

### **3. Способы и форма производственной практики (научно-исследовательской работы)**

Способы проведения производственной практики (научно-исследовательской работы):

- стационарная;
- выездная.

Форма производственной практики (научно-исследовательской работы) - непрерывно - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

### **4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной практики (научно-исследовательской работы)**

В результате прохождения практики обучающийся должен овладеть следующими общекультурными (ОК), общепрофессиональными (ОПК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- владеть корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);
- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);
- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-3);
- способность оценивать затраты и результаты деятельности организации (ПК-8);
- способность к выработке нестандартных решений (ПК-9);
- способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10);
- способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов (ПК-11);
- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-14);
- способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки (ПК-15);
- способность использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов (ПК-16).

### **5. Место производственной практики (научно-исследовательской работы) в структуре ОПОП**

Производственная практика (научно-исследовательская работа) относится к вариативной части Блока «Практика, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» и проводится во 2 и 4 семестрах.

### **6. Объем производственной практики (научно-исследовательской работы) и ее продолжительность**

Общая трудоемкость работы составляет 24 зачетных единиц (общим объемом 756 часов). Продолжительность - 14 недель (6 недель во 2 семестре и 8 недель в 4 семестре).

### **7. Содержание и порядок прохождения производственной практики (научно-исследовательской работы)**

Самостоятельная работа магистрантов, включающая освоение теоретического материала по методологии исследований и выполнение проекта по написанию выпускной квалификационной работы; составление обзоров исследований в области социальной

коммуникации, теории рекламы и связей с общественностью; структурирование научной/учебной литературы, умение оформлять и представлять исследование; реферирование литературы, рецензирование научных публикаций; выполнение научно-исследовательских видов деятельности в рамках научной работы, осуществляемой на кафедре; участие в организации и проведении научных, научно-практических конференций, круглых столов, дискуссий, диспутов, организуемых кафедрой и университетом по проблематике социогуманитарных и коммуникативных дисциплин; представление итогов проделанной работы в виде научных статей, оформленных в соответствии с установленными требованиями, с привлечением современных средств редактирования и печати.

В ходе производственной практики (научно-исследовательской работы) используются следующие научно-исследовательские технологии: составление плана исследовательской работы, написание аналитических записок, научных статей, подготовка выпускной квалификационной работы.

## **V. СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)**

### **1. Цель производственной практики (преддипломной)**

Совершенствование навыков научно-исследовательской работы, оформление ее результатов; завершение выполнения выпускной квалификационной работы (ВКР).

### **2. Задачи производственной практики (преддипломной)**

- Уточнение методологического аппарата ВКР;
- окончательное формулирование рабочей гипотезы исследования;
- подготовка и окончательная обработка материалов опытной работы;
- уточнение библиографического списка и его оформление по ГОСТу;
- посещение установочных занятий и консультаций научных руководителей;
- подготовка текста выступления, иллюстративного и раздаточного материала для защиты

ВКР.

### **3. Способы и форма производственной практики (преддипломной)**

Способы проведения производственной практики (преддипломной):

- стационарная;
- выездная.

Форма производственной практики (преддипломной) - непрерывно - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

### **4. Перечень планируемых результаты обучения при прохождении производственной практики (преддипломной)**

В результате прохождения практики обучающийся должен приобрести следующие навыки, умения и компетенции:

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4);
- способность свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения (ОК-5);
- способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне (ОК-6).

### **5. Место производственной практики (преддипломной) в структуре ОПОП**

Производственная практика (преддипломная) проводится в 3 семестре и входит в Блок «Практики, в том числе научно-исследовательская работа».

### **6. Объем производственной практики (преддипломной) и ее продолжительность**

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетных единиц (общим объемом 108 часов). Продолжительность производственной практики (преддипломной) - 2 недели.

### 7. Содержание и порядок прохождения производственной практики (преддипломной)

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	Подготовительный этап	Изучение методических рекомендаций по написанию ВКР; -встреча с научным руководителем по ВКР.
2.	Основной этап	Составление библиографического списка литературы; -уточнение методологического аппарата исследования; -уточнение введения к работе, выводов по главам, заключения; -коррекция общего текста ВКР; -подготовка презентации по тексту ВКР.
3.	Заключительный этап	Подготовка речи для выступления на защите; -встреча с рецензентом по ВКР. -подготовка ответов на замечания по ВКР. -сдача текста ВКР в ГЭК.