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

Среднерусский институт управления – филиал РАНХ и ГС
ФАКУЛЬТЕТ «Государственное и муниципальное управление»
КАФЕДРА «История, политология и государственная политика»

УТВЕРЖДЕНО
Директор Среднерусского института управления – филиала РАНХ и ГС
П.А. Меркулов

# ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ
# РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В МЕДИАИНДУСТРИИ

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

**Б2.О.01.02(П) Преддипломная практика**

(код и наименование РПД)

**42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**очная, очно-заочная, заочная**

(форма (формы) обучения)

**Год набора: 2024**

**Орел, 2023 г.**

**Автор(ы)–составитель(и):**

к.п.н., доцент кафедры истории, политологии и государственной политики И.В. Карпова

к.э.н, доцент кафедры истории, политологии и государственной политики Т.А. Алёхина

**Заведующий кафедрой**

истории, политологии и государственной политики, доктор исторических наук, профессор П.А. Меркулов

РПД «Преддипломная практика» одобрена на заседании кафедры истории, политологии и государственной политики, Протокол от 20 декабря 2023 г., №5.

**1. Вид, типы практики и способы ее проведения** ..... 4

**2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения программы** ..... 4

**3. Объем и место практики в структуре образовательной программы** ..... 8

**4. Содержание практики** ..... 9

**5. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся** ..... 9

**6. Оценочные материалы промежуточной аттестации по практике** ..... 10

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

Вид практики: производственная.
Тип практики: преддипломная
Форма проведения практики: дискретная по видам практик

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения программы

2.1. Практика Б2.О.01.02(П) Преддипломная практика обеспечивает овладение следующими компетенциями:

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код компонента (этапа) освоения компетенции | Наименование компонента (этапа) освоения компетенции | Промежуточный / ключевой индикатор достижения компонента компетенции/компетенции |
|---|---|---|---|---|
| УК-2 | Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла | УК-2.1 | Ознакомительный этап прохождения практики<br>Самостоятельная работа обучающегося<br>Отчет по практике<br>Промежуточный контроль | Осуществляет разработку и управление проектом с применением методов оценки потребности в ресурсах и эффективности проекта |
| ОПК-1 | Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского | ОПК-1.1 | Ознакомительный этап прохождения практики<br>Самостоятельная работа обучающегося<br>Отчет по практике<br>Промежуточный контроль | Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем | | | |
| ОПК-3 | Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | ОПК-3.1 | Ознакомительный этап прохождения практики<br>Самостоятельная работа обучающегося<br>Отчет по практике<br>Промежуточный контроль | Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов |
| ПК-4 | Способен организовать и управлять процессом создания и продвижения медийных проектов | ПК-4.1 | Ознакомительный этап прохождения практики<br>Самостоятельная работа обучающегося<br>Отчет по практике<br>Промежуточный контроль | Организует работу по созданию и управлению медиапродуктом, с учетом оценки рейтинговых позиций существующих медиасредств |
| ПК-5 | Способен осуществлять стратегическое планирование медиакампаний | ПК-5.1 | Ознакомительный этап прохождения практики<br>Самостоятельная работа обучающегося<br>Отчет по практике<br>Промежуточный контроль | Составляет стратегию продвижения медиапроекта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет |

2.2 В результате прохождения практики должны быть сформированы:

| **ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта / трудовые или** | **Код компонента компетенции** | **Результаты обучения** |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| **профессиональные действия)** | | |
| | УК-2.1<br>осуществляет разработку и управление проектом с применением методов оценки потребности в ресурсах и эффективности проекта | **на уровне знаний:**<br>знает этапы разработки проекта, методы оценки потребности в ресурсах, методы оценки эффективности проекта, инструменты управления проектом |
| | | **на уровне умений:**<br>умеет разрабатывать проект с учетом оценки потребности в ресурсах, оценивать его эффективность |
| | | **на уровне навыков:**<br>демонстрирует навык разработки и управления проектом с применением методов оценки потребности в ресурсах и эффективности проекта |
| | | **на уровне опыта практической деятельности:**<br>разрабатывает медиапроект, применяя методы оценки потребности в ресурсах и его эффективности<br>. |
| | ОПК-1.1<br>управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем | **на уровне знаний:**<br>знает этапы процессы разработки рекламных и PR-текстов и иных коммуникационных продуктов;<br>знает нормы русского (иностранного) языка и особенности иных знаковых систем |
| | | **на уровне умений:**<br>умеет управлять процессом подготовки текстов и иных коммуникационных продуктов для индустрии рекламы и связей с общественностью;<br>умеет оценивать их соответствие нормам русского языка, определять степень их востребованности в медиаиндустрии |
| | | **на уровне навыков:**<br>демонстрирует владение навыками управления процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем |

| | | |
|---|---|---|
| | | **на уровне опыта практической деятельности:**<br>на практике демонстрирует способность управлять процессом подготовки востребованных в отрасли медиатекстов и иных медиапродуктов с учетом норм русского языка и особенностей иных знаковых систем. |
| | ОПК-3-1<br>анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов | **на уровне знаний:**<br>имеет знания в области мировой и отечественной культуры;<br>знает особенности подготовки и реализации рекламных, PR-текстов и иных коммуникационных продуктов |
| | | **на уровне умений:**<br>умеет анализировать достижения отечественной и мировой культуры;<br>умеет создавать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иные коммуникационные продукты |
| | | **на уровне навыков:**<br>демонстрирует навык анализа и использования достижений отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов |
| | | **на уровне опыта практической деятельности:**<br>на практике разрабатывает медиатексты и / или иные медиапродукты с использованием достижений отечественной и мировой культуры и планирует их продвижение |
| 11.005:<br>***B/02.7*** – Оценка рейтинговых позиций существующих продуктов телерадиовещательных СМИ и планирование будущих проектов<br>***B/03.7*** – Организация работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической | ПК-4.1<br>Организует работу по созданию и управлению медиапродуктом, с учетом оценки рейтинговых позиций существующих медиасредств | **на уровне знаний:**<br>знает процесс создания и управления медиапродуктом, инструменты анализа медиасредств и медиарынка |
| | | **на уровне умений:**<br>умеет организовать работу по созданию и продвижению медиапродукта |
| | | **на уровне навыков:**<br>демонстрирует способность организовать работу по созданию медиапродукта и управлять им с учетом рейтинговых позиций медиасредств |
| | | **на уровне опыта практической деятельности:** |

| | | |
|---|---|---|
| направленности и соблюдения сроков сдачи | | на практике выстраивает процесс создания медиапродукта для медиасредства, выбранного с учетом его рейтинговых позиций |
| 06.043:<br>***K/03.7*** Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-5.1<br>составляет стратегию продвижения медиапроекта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет | **на уровне знаний:**<br>знает особенности разработки стратегии по продвижению проекта, специфику информационно-телекоммуникационной сети Интернет как площадки продвижения |
| | | **на уровне умений:**<br>умеет разрабатывать план продвижения медиапродукта в сети Интернет |
| | | **на уровне навыков:**<br>демонстрирует навык составления и продвижения медиапроекта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет |
| | | **на уровне опыта практической деятельности:**<br>на практике демонстрирует способность разрабатывать план продвижения медиапродукта в сети Интернет |

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

Общий объем практики Б2.О.01.02(П) Преддипломная практика составляет 9 зачётных единиц, 324 ч.

контактная работа:

- занятия лекционного типа – 2 ч.
- занятия семинарского типа –
- групповые консультации –
- индивидуальная работа обучающихся –
- иная контактная работа –

самостоятельная работа обучающихся – 322 ч.

Место практики в структуре образовательной программы.

Практика включена в обязательную часть основной образовательной программы.

Практика базируется на дисциплинах:

- Методология методы научно-исследовательской деятельности
- Медиаконтент коммуникаций
- Анализ медиасистем и медиарынков
- Управление брендами
- Планирование и организация кампаний по рекламе и связям с общественностью

Основные результаты практики используются в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- во время проведения государственной итоговой аттестации.

**4. Содержание практики**

| № п/п | Этапы (периоды) практики | Виды работ |
|---|---|---|
| 1 | Предварительный этап | Установочная конференция по научно-исследовательской практике. |
| | | Инструктаж по технике безопасности и охране труда. |
| | | Инструктаж по пожарной безопасности. |
| | | Изучение правил трудового распорядка. |
| | | Знакомство с заданиями практики. |
| | | Ознакомление с планом-графиком прохождения практики. |
| | | Определение круга обязанностей |
| 2. | Основной этап | Изучение особенностей разработки и управления проектом на всех этапах с применением методов оценки потребности в ресурсах и эффективности проекта |
| | | Описание работы по созданию и управлению медиапродуктом, с учетом оценки рейтинговых позиций существующих медиасредств |
| | | Изучение стратегий продвижения медиапроекта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет |
| | | Разработка медиапродукта с описанием этапов процесса его создания |
| | | Разработка медиаплана по продвижению созданного медиапродукта |
| 3. | Заключительный этап | Составление отчёта о прохождении практики.<br>Формирование приложений к отчёту о прохождении практики.<br>Публичная защита отчёта по практике.<br>Подведение итогов практики |

**5. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся**

В ходе реализации практики Б2.О.01.02(П) Преддипломная практика используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

| № п/п | Этап (период) | Методы текущего контроля успеваемости |
|---|---|---|
| 1 | Ознакомительный | |
| 2 | Основной | опрос |
| 3 | Заключительный | защита отчета по практике |

## 6. Оценочные материалы промежуточной аттестации по практике

Промежуточная аттестация проводится в форме **зачета с оценкой**

Оценочные материалы промежуточной аттестации (отчет по практике)

Примерные вопросы (задания) для проведения промежуточной аттестации по практике

1. Мониторинг запросов аудитории конкретной медиасистемы
2. Определение целевой аудитории для медиасистемы
3. Правовые нормы регулирования рекламной деятельности
4. Реклама как средство манипуляции сознанием
5. Этические основы рекламной деятельности

По окончании практики обучающийся предоставляет следующие **формы отчетности**:
1. Индивидуальное задание на практику
2. Дневник о прохождении практики
3. Характеристика с места практики
4. Отчет о прохождении практики

**Критерии для выставления оценки на промежуточной аттестации**:

«Отлично» – получены ответы на все вопросы, продемонстрировано умение использовать специальную терминологию,
«Хорошо» – присутствуют отдельные неточности, но обучающийся в целом ориентируется в проблеме,
«Удовлетворительно» – отсутствует полный ответ, но обучающийся в целом ориентируется в проблеме,
«Неудовлетворительно» – в характеристике руководителя практики выставлена неудовлетворительная оценка.

При оценивании в целом всех индикаторов достижения компетенций по практике учитывается общее количество баллов, которые складываются суммированием:
- качества работы, указанной в характеристике обучающегося с места прохождения практики;
- качества отчета по практике;
- качества защиты отчета по практике