



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГИЙ И УПРАВЛЕНИЯ ИМЕНИ К.Г. РАЗУМОВСКОГО
(ПЕРВЫЙ КАЗАЧИЙ УНИВЕРСИТЕТ)»

Институт (филиал) Социально-гуманитарных технологий

Кафедра Общественных процессов, средств массовой коммуникации и рекламных технологий

«УТВЕРЖДАЮ»
Заведующий кафедрой,
к.экон.н,
Положенцева И.В.
« 24 » февраля 2020 г.

Б2.О.01(П) ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

Способ проведения практики	СТАЦИОНАРНАЯ
Форма проведения практики	ДИСКРЕТНАЯ
Направление подготовки	42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Тип образовательной программы	АКАДЕМИЧЕСКАЯ МАГИСТРАТУРА
Профиль подготовки	УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ
Квалификация выпускника	ЦИФРОВЫМИ МАГИСТР
Форма обучения	ОЧНАЯ

Москва 2020г.

Программа производственной практики «Профессионально-творческая практика» разработана

- на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01, *Реклама и связи с общественностью* (магистратура), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017, № 528

- на основании профессиональный стандарта «6.043 Специалист по интернет-маркетингу», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 16.05.2019г. № 54635,

- примерной образовательной программы 42.04.01 *Реклама и связи с общественностью*, включенной в реестр примерных основных образовательных программ.

Программа производственной практики разработана рабочей группой в составе:

Виноградова Н. С. – к. пол. наук, доцент, доцент, кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»,

Моисеева О.А. – к. пед. н., доцент кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»,

Чернавский М. Ю.– доктор философских наук, профессор кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»

Руководитель основной профессиональной образовательной программы

к. полит. н., доцент, доцент кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»,

Н.С.Виноградова

(подпись)

Программа производственной практики обсуждена и утверждена на заседании кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»,

Протокол № 2 от «24» _февраля_ 2020_ года

Заведующий кафедрой к. экон.н.,

И.В.Положенцева

(подпись)

Программа производственной практики рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

Коммерческий директор
ООО «Вега»
Вегетарианское кафе

В.Д. Головня

Начальник отдела маркетинга и
рекламы
ООО «София»
Пекарня-кондитерская

Т.П. Александрова

Оглавление

1. Тип производственной практики	4
2. Цель производственной практики	4
3. Задачи производственной практики	4
4. Место производственной практики в структуре ОПОП ВО	5
5. Способ и формы проведения производственной практики	5
6. Место и время проведения производственной практики	5
7. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики	6
8. Структура и содержание производственной практики	7
9. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на производственной практике	7
10. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике	8
11. Формы промежуточной аттестации по итогам практики	8
12. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по производственной практике	8
13. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики	28
14. Материально-техническое обеспечение производственной практики	29
15. Лист регистрации изменений	30

1. Тип производственной практики

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

2. Цель производственной практики

В соответствии с ФГОС данная практика является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы «*Реклама и связи с общественностью*» по направлению подготовки *42.04.01 Рекламы и связи с общественностью (магистратура)*, и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций обучающихся.

Практика обучающихся по ОПОП «*Управление цифровыми коммуникациями*» по направлению подготовки *42.04.01 Рекламы и связи с общественностью (магистратура)*, организовывается и осуществляется в соответствии с Положением о практике обучающихся, осваивающих программы высшего образования-программы бакалавриата, специалитета и магистратуры, в ФГБОУ ВО МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ). Базы практик определяются в соответствии с Приказов по институту и на основании Договоров с предприятиями о прохождении практикой студентами.

Целью производственной практики **Профессионально-творческая практика** является ознакомление студентов с особенностями их будущей практической деятельности в рекламных агентствах, отделах рекламы и связей с общественностью различных компаний, коммуникационных агентствах, пресс-службах, на предприятиях пищевой индустрии. Цель прохождения студентами производственной практики подготовка студентов к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных дисциплин, закрепление теоретических знаний, формирование первичных профессиональных навыков по выбранному направлению. В результате прохождения производственной практики студент должен освоить профессиональную терминологию специалиста по рекламе и связям с общественностью, получить представления о сфере работы специалиста.

3. Задачи производственной практики

Задачами производственной практики **Профессионально-творческая практика** являются:

- 1) приобрести знания в области практической реализации рекламы и связей с общественностью в современной организации;
- 2) собрать практические материалы по темам практики и представить их в отчете;
- 3) обобщить полученные данные и дать оценку организации работы специалиста на объекте прохождения практики, сформулировать грамотные выводы для принятия и реализации управленческих решений.

Данные задачи производственной практики, соотносятся со следующими видами профессиональной деятельности: организационно-управленческая:

- Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность;
- Способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий;
- Способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью;
- Способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу,

- обеспечивать ее эффективность;
- Способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность;
 - Способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность;
 - Способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях;
 - Способность оценивать затраты и результаты деятельности организации;
 - Способность к выработке нестандартных решений;
 - Способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;
 - Способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов;

4. Место производственной практики в структуре ОПОП ВО

В соответствии с ФГОС практика является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы «Управление цифровыми коммуникациями» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура) и входит в Обязательную часть Блока 2. Практики. Учебная практика является обязательным этапом обучения бакалавра рекламы и связей с общественностью и предусматривается учебным планом соответствующих подразделений вузов; ей предшествуют курсы «Коммуникационный менеджмент», «Управление агентством рекламы и связей с общественностью и отделом рекламы и связей с общественностью в организации», «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью», Основы корпоративной культуры», предполагающие проведение лекционных и семинарских занятий с обязательным итоговым контролем в форме зачета и экзамена. Требования к входным знаниям, умениям и готовности студентов, приобретенных в результате освоения предшествующих частей ООП: студент должен знать теоретические основы работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в различных организациях и предприятиях, требования к продуктам профессиональной деятельности, быть готовым к работе в творческом коллективе. В производственной практике принимают участие студенты первого курса, обучающиеся по указанному направлению. Практика проводится после прослушивания основного курса в сроки, определяемые подразделением, отвечающим за ее организацию и проведение. Прохождение данной практики необходимо в качестве предшествующей формы производственной работы для освоения учебных практической направленности «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Пресс-служба в современном коммуникационном процессе», «Взаимоотношения с государственными структурами и технологии лоббирования»

5. Способ и формы проведения производственной практики

Способ и форма проведения практики **Профессионально-творческая практика** являются стационарными.

6. Место и время проведения производственной практики

Место проведения **Профессионально-творческая практика** предполагает работу в качестве сотрудника рекламных агентств, отделов рекламы и связей с общественностью различных компаний, коммуникационных агентств, пресс-служб, предприятий пищевой индустрии. Практика проходит непосредственно на предприятии или в организации под руководством сотрудника предприятия. Студенты могут самостоятельно выбрать объекты для прохождения практики, для чего представляют на кафедру заявление с письменным согласием руководства организации о приеме студента на практику и Договор. Студенты могут проходить

учебную практику индивидуально или группами по несколько человек в зависимости от заявки организации. Объектами прохождения производственной практики могут быть: коммуникационные агентства, пресс-структуры различных государственных, коммерческих и общественных организаций, предприятия пищевой индустрии. Продолжительность практики 2 недели после 1 курса. Всего 2 недель.

Организация практики для лиц с ОВЗ осуществляется с учетом психофизического развития, индивидуальных возможностей, состояния здоровья обучающихся с ОВЗ и Индивидуальным планом реабилитации инвалидов, определяется исходя из рационально-необходимых процедур обеспечения доступности образовательной услуги обучающимся с ОВЗ с учетом содержания обучения, уровня профессиональной подготовки научно-педагогических работников, методического и материально-технического обеспечения, особенностей восприятия производственной информации обучающимися с ОВЗ и т.д. Порядок организации производственной практики для обучающихся с ОВЗ, в том числе требования, установленные к оснащенности образовательного процесса по образовательной программе определены утвержденным Положением об организации образовательного процесса для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью в ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г.Разумовского (ПКУ)».

Базы практик:

1. АО «Росагролизинг»
2. ООО "Бритарев Мануфактура"
3. ООО «ФРОНЕРИ РУС»
4. ПАО «Группа «Черкизово»»
5. ГРК «Бережки-Холл»
6. «Союз художников Подмосковья»
7. «Стрелковый Союз России»
8. ИП «Намазов»
9. Туркомпания «Альтернатива»
10. ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г.Разумовского (ПКУ)»
11. ФГБНУ ВНИИ пивоваренной безалкогольной и винодельной промышленности
12. ОАО «Рот Фронт»
13. ООО «Фабрика шоколадных масс»
14. Ассоциация межрегионального социального-экономического взаимодействия «Центральный Федеральный Округ»
15. Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере
16. ИП «Свит Спейс»
17. ООО «Лаборатория ГОСКАНИ»
18. ОАО «Стат-климат»
19. ОАО «Ожерельевский комбикормовый завод»
20. «Росинтер Ресторантс» TGIF Fridays
21. «Департамент информационной политики Минобрнауки России»
22. Редакция газеты «Частный интерес»
23. ООО «Юкомпани»
24. Фитнес клуб «Зебра»
25. ООО «Интерпортфолию»
26. ИП «Исакова Н.А.»
27. ООО «Porgression»
28. ООО «Бизнес право»
29. Медийное агенство «Оптимум медиа»
30. ТД «Фокус»
31. Кафе «Брусника»

32. ООО «Свобода путешествий»
33. ООО «Доктор Море»
34. ИП «Ненюкова О.В.»
35. ООО «Мегасервис»
36. АО «Росагролизинг»
37. Центр «Развитие»
38. ООО «Стереотактик»
39. Центр «Развитие»
40. Избирательный штаб Собянина С.С.
41. ООО «САНРАЙЗ-ПРО»
42. Информационное агентство «Sport Media News»
43. Министерство Промышленности и торговли РФ
44. ООО «Гудбай офис»
45. «МОСГОРТУР»
46. ФГБОУ ВО «МГУТУ им К.Г. Разумовского (ПКУ)», Кафедра «Общественные процессы СМИ и рекламные технологии»

7. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики

В результате прохождения данной производственной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, компетенции ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7

общепрофессиональные компетенции (ОПК):

- 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 и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем (ОПК-1)
- Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2)
- Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3)
- Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты (ОПК-4)
- Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5)
- Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6)
- Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7)

8. Структура и содержание производственной практики

Общая трудоемкость производственной практики составляет 3 зачетных единицы, 108 часа.

№ п/п	Раздел (этап) производственной практики	Формы текущего контроля
1.	Подготовительный этап, включающий инструктаж по технике безопасности	Инструктаж по технике безопасности, получение индивидуальных и групповых заданий
2.	Экспериментальный этап	Дневник практики
3.	Обработка и анализ полученной информации, подготовка отчета по практике	Отчет по практике

9. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на производственной практике

Экспериментальная работа (сбор и информации материалов, подготовка материалов различных отчетных документов, проведение рекламных и пиракампаний, планирование собственной деятельности и т.п.).

10. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике

Задание на практику:

- ознакомиться с нормативно-правовой базой, определяющей деятельность данной организации; - ознакомиться и описать организационную и управленческую структуры рекламного или пиар отдела данной организации;

- ознакомиться и описать формы, методы и инструменты работы данной организации с пресс-службами, PR-отделами других организаций (пресс-релиз, пресс-кит, пресс-конференции, брифинги, презентации, «аккредитация журналистов», «информационное обслуживание», телефонный диалог, личные контакты журналистов с отдельными компаниями);

- описать специализации сотрудников отдела (с указанием должностных обязанностей каждого);

- принять участие в планирование отдела;

- принять участие в наполнении сайта организации;

- подготовить самостоятельный печатный или видеоматериал.

По результатам практики составляется отчет в формах, предусмотренных рабочими программами.

11. Формы промежуточной аттестации по итогам практики

Форма промежуточной аттестации по итогам практики – зачет с оценкой по итогам защиты Отчета в течение первой половины третьего семестра для 1 курса.

12. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по производственной практике

код	Формируемая компетенция	Этапы формирования компетенции	Содержание этапа формирования компетенции
<u>общефессиональными компетенциями (ОПК)</u>			
ОПК-1	Способен планировать,	Начальный этап (знания)	ОПК-1.1 Знать:

	организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем		особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
		Продвинутый этап (умения)	ОПК-1.2 Уметь: управлять 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
		Завершающий этап (навыки)	ОПК-1.3 Владеть: языковыми нормами русского языка, иностранным языком для чтения необходимой литературы профессионального общения в объеме, достаточном для чтения, общения с ньюсмейкерами, поиска необходимой информации в Интернете и работы в сети, профессиональной коммуникации; приемами риторики
ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Начальный этап (знания)	ОПК-2.1 Знать: Способы выявления причинно- следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов
		Продвинутый этап (умения)	ОПК-2.2 Уметь: Анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
		Завершающий этап (навыки)	ОПК-2.3 Владеть: навыками применения знаний в определенных сферах жизни общества (экономика, политика, право, культура, социальная сфера и т.п.), которые являются объектом освещения в СМИ разных типов и умеет использовать их при подготовке создаваемых медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных	Начальный этап (знания)	ОПК-3.1 Знать: этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса
		Продвинутый этап (умения)	ОПК-3.2 Уметь: Анализировать и использовать достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов
		Завершающий этап (навыки)	ОПК-3.3 Владеть: навыками применения знаний об основных этапах и достижениях развития мировой культуры в собственной

	ных продуктов		практике
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	Начальный этап (знания)	ОПК-4.1 Знать: Интерпретацию данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп
		Продвинутый этап (умения)	ОПК-4.2 Уметь: Организовывать процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке / реализации иных коммуникационных продуктов
		Завершающий этап (навыки)	ОПК-4.3 Владеть: -навыками использования различных программных средств и работы с базами данными и использовать интернет-ресурсы с учетом особенностей аудитории
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Начальный этап (знания)	ОПК-5.1 Знать: Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира
		Продвинутый этап (умения)	ОПК-5.2 Уметь: Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования
		Завершающий этап (навыки)	ОПК-5.3 Владеть: Владеет первичными знаниями в определенных сферах жизни общества (экономика, политика, право, культура, социальная сфера и т.п.), которые являются объектом освещения в СМИ разных типов и с которыми связано тематическое содержание журналистских публикаций, способен использовать их при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью
ОПК-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникацион	Начальный этап (знания)	ОПК-6.1 Знать: Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности
		Продвинутый этап (умения)	ОПК-6.2 Уметь: Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение

	ные технологии	Завершающий этап (навыки)	ОПК-6.3 Владеть: Владеет методами агрегации, переупаковки и ретрансляции информации, полученной из Интернета, от информационных агентств, аудитории, органов управления, неправительственных организаций, служб изучения общественного мнения, пиар-агентств, уметь в рамках должностных обязанностей выполнять такие виды работ
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности и	Начальный этап (знания)	ОПК-7.1 Знать: закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности
		Продвинутый этап (умения)	ОПК-7.2 Уметь: Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности
		Завершающий этап (навыки)	ОПК-7.3 Владеть: -навыками эффективного осуществления профессиональной деятельности, основываясь на принципах социальной ответственности

Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания
Пороговый	60-69
Базовый	70-84
Высокий	85-100

13. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики

Основная литература

1. Актуальные проблемы организации самостоятельной работы студентов высшей школы. Коллективная монография./Под редакцией С.Е. Шишова - М.: ФГБОУ ВО "МГУТУ им К.Г. Разумовского (ПКУ)", Москва: Типография "Ваш формат", 2015 - 316с.
2. Инновации и традиции: современные вызовы развития педагогического образования / Материалы Международной научно-практической конференции (05-06 апреля 2016 года) / Под ред. д-ра пед. наук С.Е. Шишова. – М.: ООО «Ваш формат» – 2016. – 530 с.
3. Перспективные механизмы государственно-общественного управления образованием в процессе синхронизации стратегии и стандартов образования в субъектах российской федерации. /Под ред. Шишова С.Е./ Коллектив авторов: Артемьева С.И., Бакурадзе А.Б., Бычков М.А., Кальней В.А., Положенцева И.В., Рабаданова Р.С., Чернавский М.Ю., Шишов С.Е., Юлина Г.Н. Монография – Калуга: ИП Стрельцов (Издательство «Эйдос»), 2015 – 332 с.

6.2. Дополнительная литература

1. ГОСТ Р7.32-2001 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления

- [Электронный ресурс]: Межгосударственный стандарт. - Введ. 2002 - 07 - 01: ред. от 2005 - 09 - 07. - М.: Стандартинформ, 2012. - 20 с. - URL: <http://protect.gost.ru/document.aspx?control=7&id=130946>
2. Методические рекомендации для вузов и институтов повышения квалификации / Артемьева С.И., Бычков М.А., Рабаданова Р.С. и др. // М.: МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ), 2015. - 230 с.
 3. Виноградова Н.С., Моисеева О.А. Оформление выпускной квалификационной работы / Виноградова Н.С., Моисеева О.А. // М.: МГУТУ им. К.Г. Разумовского, 2015 г. - 78 с.
 4. Исследовательская деятельность: русско-английский словарь / Рабаданова Р.С., Гереева М.Ш. // Учебное пособие. М.: МГПУ, 2018. - 90 с.
 5. Кондратьева О.В., Рабаданова Р.С. Психология и педагогика. Учебное пособие, М.: Калуга: ИП Стрельцов И.А. (Изд. «Эйдос»), 2015.- 216 с.
 6. Педагогическое образование на стыке эпох: инновации и традиции в сфере образовательных технологий. Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции 05 - 06 апреля 2017 г.; «МГУТУ имени К.Г. Разумовского (ПКУ)». - М., 2017. - 550 с.
 7. Рабаданова Р.С. Пути и средства индивидуализации развития педагога в образовании. [Электронный ресурс] ЭНИ № 8. 2014 г., ЧАСТЬ II http://www.mgut.ru/jurnal/tehnologii_21veka/ (Дата обращения 02.09.2017 г.)
 8. Рабаданова Р.С. Стратегическая деятельность высшей школы по организации образовательного процесса. / Рабаданова Р.С., Бикбулатова В.П. // «НИР. Социально-гуманитарные исследования и технологии» № 1(10) - 2015, - С. 14-20.
 9. Сергеева С.В. Обучение в высшей школе: формы и технологии: учебное пособие / С.В. Сергеева, О.А. Воскресенко, О.А. Вагаева; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Пензенский государственный технологический университет», Минобрнауки России. - Пенза: ПензГТУ, 2013. - 172с.: табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-98903-197-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=437164> (23.05.2016).
 10. Теоретические и методические проблемы современного образования / Материалы международной научно-практической конференции 20-21 января 2016 г.; /Под ред. Шишова С.Е./ «МГУТУ имени К.Г. Разумовского (ПКУ)». - М., 2016. - 360 с.
 11. Шишов С.Е., Юлина Г.Н., Рабаданова Р.С. Организация интерактивного обучения в университете (учебно-практическое пособие для студентов вузов) М.: МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ), 2015. - 144 с.

**Перечень ресурсов
информационно-коммуникационной сети «Интернет»**

1. Электронные библиотечные системы «Рукопт», «Знаниум».
2. Научная электронная библиотека (<http://elibrary.ru>).
3. www.nazaykin.ru. Узнай о рекламе больше.
4. www.advi.ru. Рекламные идеи - электронный журнал для практиков рекламы и маркетинга

Таблица 2.

14. Материально-техническое обеспечение производственной практики

Каждый обучающийся в течение всего периода прохождения практики обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде Университета, к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих

программах; к портфолио обучающегося, также может взаимодействовать между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет».

Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Занятия проводятся на базе аудиторий ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г.Разумовского (ПКУ)», оснащенных необходимым для организации образовательного процесса оборудованием: – видеопроекторы, интерактивные доски; – видеокomплексы (видеомагнитофоны, телевизоры), персональные компьютеры, лаборатории с необходимым оборудованием (3-D принтеры). Бытовые помещения, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ.

15. Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением кафедры «Общественных процессов, СМИ и рекламных технологий» на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратура), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 528 от 08.06.2017	Протокол заседания кафедры № 11_ от «_23_» июня 2019_ года	«_23_» июня 2019_ года
2.	Утверждено экспертное заключение об актуальности программы производственной практики «профессионально-творческая» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура)	Протокол заседания кафедры № _1_ от «24_» августа 2020__ года	«1_» сентября 2020__ года
3.	*	Протокол заседания кафедры № ____ от «_» сентября 20__ года	__._.____
4.	*	Протокол заседания кафедры № ____ от «_» сентября 20__ года	__._.____
5.	*	Протокол заседания кафедры № ____ от «_» сентября 20__ года	__._.____

* Типовые примеры содержание изменений в программу производственной практики:

Причины, повлекшие изменения	Примерная формулировка
Программа производственной практики не изменялась	Утверждено экспертное заключение об актуальности программы производственной практики «тип практики» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура)
Вступил в силу новый нормативно-правовой акт, вносящий принципиальные изменения в	Внесены изменения в связи с вступлением в силу с дд.мм.20гг наименование нормативно-правового акта с указанием его реквизитов

<p>образовательную деятельность. <i>Например, 01.09.2013 г. вступил в силу новый Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации»</i></p>	
<p>Переход на новые стандарты, если приказом Минобрнауки России отменены ранее действовавшие. <i>Например, переход с ФГОС ВПО на ФГОС ВО (ФГОС 3+), но не переход с ГОС ВПО на ФГОС ВПО</i></p>	<p>Актуализирована в соответствии с вступлением в силу Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки Ши.фр.НП Наименование направления подготовки (уровень образования), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от ДД.ММ.ГГГГ г. № _____</p>
<p>Внесены изменения под влиянием требований реального рынка труда, требований работодателей и проч.</p>	<p>Актуализирована с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, техники, технологий и социально сферы</p>