



ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭКОНОМИКО-ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ «МАХОН ХАМЕШ»»
(МЭГИ Махон ХаМеш)

Гуманитарно-экономический факультет

Кафедра Рекламы

«УТВЕРЖДАЮ»
Ректор НОУ ВПО «МЭГИ»
А.Л.Лебедев
17 марта 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

«Учебной практики»

наименование дисциплины

Подготовки бакалавров по направлению 42.03.01

шифр направления

Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная, заочная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры

Наименование кафедры

Протокол № « 14 » марта 2016г.

Программа утверждена Ученым советом Института.

Протокол № от « 14 » марта 2016 года.

Москва, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

1 Цели практики.....	4
2 Задачи практики.....	4
3 Место практики в структуре ООП подготовки бакалавра.....	5
4 Формы проведения учебной практики.....	6
5 Место и время проведения практики.....	7
6 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики.....	7
7 Структура и содержание практики.....	10
8 Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на практике.....	10
9 Методические указания по написанию и оформлению отчета по практике	11
9.1. Обязанности студентов на учебной практике.....	11
9.2. Документы, регламентирующие проведение практики.....	11
9.3. Формы отчета о прохождении практики.....	12
9.4. Требования к содержанию и оформлению отчета о прохождении учебной практики.....	13
9.5. Форма итогового контроля.....	15
10. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на учебной практике.....	16
10.1 Основная литература.....	17
10.2 Дополнительная литература.....	18
10.3 Периодическая издания.....	19
10.4 Интернет-ресурсы.....	20
10.5. Программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий.....	20
11 Материально-техническое обеспечение практики.....	20

1. Цели учебной практики

Являясь обязательной частью подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», учебная практика предназначена для общей ориентации студентов в реальных условиях будущей деятельности по выбранному направлению на предприятиях, учреждениях и организациях и получения первичных профессиональных умений и навыков.

Целью учебной практики бакалавров по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» является закрепление и расширение знаний, полученных студентами за время теоретического обучения на основе практического участия в деятельности предприятий, организаций, учреждений, формирование умения применять их в профессиональной деятельности, расширение практических навыков научно-исследовательской работы, а также получение необходимых общекультурных и профессиональных компетенций.

Основными принципами проведения учебной практики студентов являются интеграция теоретической и профессионально-практической, учебной и научно-исследовательской деятельности студентов.

2. Задачи учебной практики

Задачи и содержание учебной практики заключаются в следующем:

- формирование у студентов практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности;
- обучение практическим навыкам рекламы и PR;
- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;

- подготовка к изучению профильных дисциплин и к прохождению производственной практики;
- получение дополнительной мотивации на активную деятельность по развитию своего общего культурного и профессионального уровня;
- приобретение практикантами умений и навыков профессионального поведения в процессе трудовой деятельности по избранному направлению профессиональной деятельности на предприятии / учреждении / организации.

3. Место учебной практики в структуре ООП бакалавриата

Учебно-ознакомительная практика является обязательным видом учебной работы бакалавра, входит в раздел «Учебная и производственная практики» ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа ознакомительной практики составлена с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (квалификация (степень) «Бакалавр»), утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации (ред. от 31.05.2011 N 1975).

Учебная практика бакалавра в соответствии с ООП базируется на основе полученных ранее знаний обучающихся по таким предметам как «Русский язык и культура речи», «Культурология», «Экономика», «Социология», «Психология», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации», «Основы менеджмента», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)».

Учебная практика включает в себя как учебные занятия, так и самостоятельную работу студента, которые ориентированы на его профессионально-практическую подготовку. Учебная практика имеет также логическую и содержательно-методическую связь с дисциплинами, формирующими профессиональные качества будущего бакалавра рекламы и связей с общест-

венностью, создавая определенную основу для них успешного освоения. Прежде всего, это такие дисциплины, как «Технологии разработки и производства рекламного продукта», «Технологии разработки и производства PR-продукта», «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью», «Медиапланирование». Кроме того, навыки, полученные на занятиях по учебной практике, составляют определенную основу для прохождения производственной практики. Содержание учебной практики предполагает, прежде всего, знакомство студентов с такими видами будущей профессиональной деятельности как коммуникационная и проектная.

Практика призвана способствовать формированию представлений о том, как осуществляются:

- коммуникационные процессы в межличностной, культурной, образовательной сферах;
- сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью;
- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

4. Формы проведения учебной практики

Руководителями учебной практики от Института назначаются преподаватели кафедры «Рекламы». Руководство учебно-ознакомительной практикой студентов на всех её этапах осуществляется преподавателями Института совместно с руководителями и педагогами соответствующих образовательных учреждений.

Учебно-ознакомительная практика проходит в самостоятельно выбранной бакалавром организации, либо организации, предоставляемой бакалавру от университета, по его собственному желанию, оформленному в виде заявления, из имеющейся базы практики.

Учебная практика проводится в структурных подразделениях Института, и базах практики (предприятиях, учреждениях и организациях) по договоренности. В период учебной практики организуются учебно-ознакомительные экскурсии на предприятия, организации и в учреждения по профилю обучения студентов.

5. Место и время проведения учебной практики

Учебная практика проводится в функциональных службах первичных звеньев национальной экономики - предприятий и организаций разных форм собственности и различных организационно-правовых форм. Учебная и производственная практики, предусмотренные ФГОС ВПО и организуемые на базе сторонних организаций, осуществляются на основе договоров между Институтом и соответствующими предприятиями, организациями и учреждениями. В договоре университет и предприятие (организация и учреждение) оговаривают все вопросы, касающиеся проведения практик, в том числе и по назначению двух руководителей практики: от Института и предприятия или организации или учреждения.

Местом проведения практики, исходя из условий ее прохождения бакалаврами, выбираются предприятия, организации, учреждения, расположенные, по возможности, вблизи места проживания практиканта.

Сроки практики утверждаются в ООП на начало учебного периода и закрепляются в учебном плане.

За месяц до начала прохождения практики, студент обязан подать заявление на кафедру, с указанием места, должности и структурного подразделения той организации, где он намеревается проходить практику (приложение 1). Либо подать заявление с просьбой предоставить ему место для прохождения практики от Института (приложение 2), но не позднее, чем за два месяца до начала практики.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебной практики бакалавров по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

В ходе учебной практики студенты в известной мере начинают овладевать профессиональными качествами в процессе знакомства с опытом организации и проведения мероприятий в области рекламы и связей с общественностью. Они также начинают учиться реализовывать свои творческие способности через создание собственных проектов и участие в работе проектных команд. В процессе практики студенты получают определенные навыки, связанные с деятельностью средств массовой информации, в т.ч. – учатся разрабатывать сценарный план и сценарий передачи, проводить съемки, брать интервью, монтировать сюжеты, вести передачу, участвовать в процессе создания рекламных роликов. Учебная практика призвана способствовать комплексному формированию профессиональных компетенций.

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

а) общекультурные (ОК):

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (**ОК-3**);
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (**ОК-5**);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (**ОК-9**);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (**ОК-12**);
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (**ОК-13**);

б) профессиональные (ПК)

- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- владение основами речи, знать ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);
- обладать базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеть навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);
- способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);
- способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацеленность на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22);
- способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28);
- способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);
- владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);
- владеть навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

6.1. Основные дидактические единицы (разделы программы учебной практики)

1. Общее ознакомление с предприятием (организацией).
2. Ознакомление с технической базой и деятельностью предприятия (организации).
3. Ознакомление с организацией бухгалтерского и управленческого учета на предприятии (организации)
 4. Ознакомление с организацией и содержанием работы функциональных служб предприятия (организации).
 5. Изучение экономики и системы управления предприятия (организации).
 6. Изучение рекламной деятельности и PR-технологий организации и оценка их эффективности.

7. Структура и содержание учебной практики

Общая трудоемкость учебной практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля
1	Подготовительный этап, включающий организационное собрание, инструктаж по технике безопасности.					Отметка в календарный план
2	Прохождение практики на предприятии, сбор, обработка и анализ полученной информации.					Отметка в календарный план
3	Подготовка отчета по практике.					Отметка в календарный план
4	Защита практики, у руководителя практикой от кафедры.					Зачет

8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на учебной практике

В процессе организации учебной практики руководителями от выпускающей кафедры и руководителем от предприятия (организации) должны применяться современные образовательные и научно-производственные технологии.

1. *Мультимедийные технологии*, для чего ознакомительные лекции и инструктаж студентов во время практики проводятся в помещениях, оборудованных экраном, видеопроектором, персональными компьютерами. Это позволяет руководителям и специалистам предприятия (организации) экономить время, затрачиваемое на изложение необходимого материала и увеличить его объем.
2. *Дистанционная форма* консультаций во время прохождения конкретных этапов учебной практики и подготовки отчета.
3. *Компьютерные технологии и программные продукты*, необходимые для сбора и систематизации технико-экономической и финансовой информации, разработки планов, проведения требуемых программой практики расчетов и т.д.

9. Методические указания по написанию и оформлению отчета по практикам

9.1 Обязанности студентов на учебной практике

Студенты при прохождении практики обязаны:

- подчиняться внутреннему распорядку работы по месту прохождения практики;
- выполнять все виды работ, которые не противоречат функциям предприятия, учреждения и организации и не угрожают здоровью практикующихся студентов;
- выполнять программу и конкретные задания практики и представить отчет в установленный срок;
- студенты, не выполнившие программы практик по уважительной причине (в случае болезни или других объективных причин), направляются на практику вторично и отрабатывают программу практики в другие сроки.

9.2 Документы, регламентирующие проведение практики

Проведение практики студентов регламентировано следующими документами:

- а) руководящие документы;
 - ФГОС высшего профессионального образования (направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»);
 - Положение о порядке проведения практики студентов образовательных учреждений высшего профессионального образования (приказ Минобрнауки России от 25.03.2003 г. № 1154);
 - Положение о практике студентов Международного экономико-гуманитарного института;
- б) документы, определяющие порядок и специфику прохождения практик:
 - программа учебной (ознакомительной) практики студентов по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»;
 - направление на прохождение практики (приложение 3);
 - оформленный студентом отчет о прохождении практики, сброшюрованный вместе с титульным листом;
 - отзыв-характеристика о прохождении практики, оформленный на бланке (приложение 5).

9.3 Формы отчета о прохождении практики

В соответствии с действующими нормативными документами, форма и вид отчетности студентов о прохождении практики определяются высшим учебным заведением.

В качестве отчетных материалов о прохождении практик выступают:

1. Отзыв-характеристика о прохождении практики студентом, составленный руководителем практики от предприятия, имеющим печать предприятия и подпись руководителя. Для составления характеристики используются данные наблюдений за деятельностью студента во время

практики, результаты выполнения заданий, а также беседы со студентом. Отзыв-характеристика оформляется на бланке (приложение 5);

2. Отчет о прохождении практики, составленный по утвержденной форме.

В установленный срок (не позднее трех дней после окончания практики) студент составляет письменный отчет в формате Microsoft Word (в рукописном виде отчеты не принимаются), оформленный в соответствии с методическими указаниями, отражающий степень выполнения программы, и представляет его в сброшюрованном виде вместе с другими отчетными документами руководителю практики от института.

Все оформленные отчетные документы по практике сброшюровываются в следующей последовательности:

- 1 Титульный лист (приложение 4);
- 2 Направление на практику (приложение 3);
- 3 Отчет о проделанной практике;
- 4 Календарный план (приложение 6);
- 5 Дневник практиканта (приложение 7);
- 6 Отзыв-характеристика (приложение 5).

9.4 Требования к содержанию и оформлению отчета о прохождении учебной практики

В отчет должны входить следующие составляющие.

1. Титульный лист (приложение 4).
2. «Направление на практику» (приложение 3).

В бланке «Направление на практику» необходимо заполнить графы: тема, задание (перечень работ), организация (место прохождения практики), сроки начала и окончания практики, продолжительность практики, навыки (приобретенные за время практики).

3. Текст отчета по практике набирается в Microsoft Word и печатается на одной стороне стандартного листа бумаги формата А-4, шрифт Times New Roman – обычный, размер 14 пт; междустрочный интервал – полуторный;

левое, верхнее и нижнее – 2,0 см; правое – 1,0 см; абзац – 1,25 см (отчеты, выполненные в рукописном виде, не принимаются).

Объем отчета должен быть для учебной практики 5-10 страниц (в формате Microsoft Word в соответствии с требованиями, изложенными выше);

Исходя из указанного объема текста отчета, он должен включать следующие основные структурные элементы и соответствовать основным требованиям, предъявляемым к содержанию отчета и его структурным элементам:

Введение:

- цель, место, дата начала и продолжительность практики;
- перечень основных работ и заданий, выполняемых в процессе практики.

Основную часть:

- описание организации работы в процессе практики;
- описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики;
- перечень невыполненных заданий и неотработанных запланированных вопросов.

Заключение:

- необходимо описать навыки и умения, приобретенные за время практики;
- дать предложения по совершенствованию и организации работы предприятия;
- сделать индивидуальные выводы о практической значимости для себя проведенного вида практики.

Отчет должен быть иллюстрирован таблицами, графиками, схемами, заполненными бланками, рисунками.

Страницы отчета нумеруют арабскими цифрами, с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту. Номер проставляется в центре нижней части листа (выравнивание от центра) без точки в конце номера.

Схемы, рисунки, таблицы и другой иллюстративный материал, расположенный на отдельных листах, включаются в общую нумерацию страниц, но не засчитываются в объем работы. Если они не могут быть приведены в варианте компьютерной графики, их следует выполнять черными чернилами или тушью.

Титульный лист включается в общую нумерацию страниц, однако номер страницы на титульном листе не проставляется.

Цифровой материал должен оформляться в виде таблиц. Таблицу следует располагать в отчете непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все приводимые таблицы должны быть ссылки в тексте отчета. Таблицы следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах всего текста отчета. Номер следует размещать над таблицей слева без абзацного отступа после слова «Таблица». Каждая таблица должна иметь заголовок, который помещается в одну строку с ее номером через тире.

Рисунки (чертежи, графики, схемы, компьютерные распечатки, диаграммы, фотоснимки) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице.

Иллюстрации могут быть в компьютерном исполнении, в том числе и цветные.

3. В отзыве-характеристике (приложение 4) руководителя практики от предприятия по месту прохождения практики необходимо дать оценку отношению студента к работе (с подписью ответственного лица), поставить дату завершения практики и круглую печать предприятия.

9.5. Форма итогового контроля

По окончании практики руководитель практики от организации составляет на студента отзыв характеристику и подписывает ее у руководства организации, заверяет печатью.

Все документы, свидетельствующие о прохождении практики студентом, должны быть аккуратно оформлены и собраны в отдельную папку.

Руководитель практики от кафедры в течение 10 дней обеспечивает организацию ее защиты в форме зачета. По итогам защиты практики выставляется оценка "зачтено" или "не зачтено", о чем делаются соответствующие записи в зачетной ведомости и зачетной книжке.

При защите практики учитывается объем выполнения программы практики, правильность оформления документов, содержание отзыва-характеристики; правильность ответов на заданные руководителем практики вопросы.

Зачет по практике приравнивается к оценке (зачет) по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов. При этом студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, могут быть отчислены из института как имеющие академическую задолженность.

Материалы практики (отчет, характеристика отзыв и др.) после ее защиты хранятся на кафедре.

10. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на учебной практике

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов на учебной практике являются:

1. нормативные документы, регламентирующие деятельность предприятия (организации), на котором проходит учебную практику студент;
2. методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание учебной практики;
3. формы бухгалтерской, финансовой, статистической, внутренней отчетности, разрабатываемые на предприятии (организации) и инструкции по их заполнению;
4. основная и дополнительная литература

10.1 Основная литература

1 Головлева, Е. Л. Массовые коммуникации и медиапланирование [Текст] : учеб. пособие для вузов / Е. Л. Головлева . - Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. - 252 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 209-214. - Прил.: с. 215-246 . - ISBN 978-5-222-12832-9.

2 Богомолова, Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации [Текст] : учеб. пособие для вузов / Н. Н. Богомолова . - М. : Аспект Пресс, 2010. - 192 с. - Прил.: с. 178-191. - Библиогр.: с. 170-177. - ISBN 977567-0513-3.

3 Чумиков, А.Н. Связи с общественностью [Текст] : теория и практика: учеб. пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров.- 2-е изд., испр. и доп. - М. : Дело , 2004. - 496 с - ISBN 5-7749-0293-5.

4 Кузнецов, В. Ф. Связи с общественностью [Текст] : теория и технологии: учеб. для вузов / В. Ф. Кузнецов; Ин-т гуманитар. образования и информ. технологий.- 3-е изд., испр. и перераб. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 302 с. - (Учебники для вузов). - Прил.: с. 294-302. - ISBN 978-5-7567-0538-6.

5 Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью [Текст] : учеб. пособие / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов.- 6-е изд., испр. и доп. - М. : Акад. проект, 2009. - 512 с. - (Gaudeamus. Учебное пособие для высшей школы). - Прил.: с. 502-507. - . - Глоссарий: с. 485-501 - ISBN 978-5-8291-1153-3.

6 Управление общественными отношениями [Текст] : учебник / [В. С. Комаровский и др.] ; под общ. ред. В. С. Комаровского. - М. : РАГС, 2005. - 400 с. - (Учебники Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации / [Д. А. Медведев и др.]). - Авт. указаны на обороте тит. л. - ISBN 5-7729-0146-X.

7 Шарков, Ф. И. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампании [Текст] : учеб. пособие / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов; Акад. труда и социальных отношений, Каф. связей с общественностью. - Екатеринбург : Деловая книга ; М. : Академический проект, 2007. - 301 с. - (Gaudeamus). - Библиогр.: с. 296-298. - ISBN 5-8291-0788-0. - ISBN 5-88687-175-6.

8 Чумиков, А. Н. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры [Текст] : учеб.-практ. пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - М. : Высш. образование : Юрайт, 2009. - 722 с. : ил. - (Прогрессивный учебник). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-9692-0467-6.

10.2 Дополнительная литература

1. Средства массовой информации России: Учебное пособие для студентов вузов / М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вартанова и др. Под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект-Пресс, 2006. – 380 с.
2. Юдина, Е. Н. Интерактивные опросы в теле- и радиоэфире: разработка сценария деловой игры / Е. Н. Юдина // Социологические исследования, 2005. - N 1. - С. 114-117.
3. Курсова, Ю.Ю. Определение целевых аудиторий и постановка целей при проведении PR-кампании; Ю.Ю. Курсова // Маркетинг и маркетинговые исследования, 2003. - N2. - С.60-65. - Библиогр.: 2 назв..
4. Малышева, Н. Г. Гендерные стереотипы в средствах массовой коммуникации, ориентированных на аудиторию разных возрастов / Малышева Н. Г. // Мир психологии, 2004. - N 3. - С. 171-176. - Библиогр.: С. 176 (15 назв.).
5. Коновченко, С. В. Информационная политика в России [Текст] : [монография] / С. В. Коновченко, А. Г. Киселев ; Российская академия гос. службы при президенте Российской Федерации. - М. : РАГС, 2004. - 528 с. : ил.. - Библиогр.: с. 497-524. - ISBN 5-87688-138-4
6. Иванов, В.Н. Массовая коммуникация в условиях глобализации // Социологические исследования, 2003. - N1. - С.20-29. - Библиогр.: с.29 (11 назв.).
7. Антонов, К. А. Массовая коммуникация и теория систем Н. Лумана = Mass communication and N. Luman's theory of systems / К. А. Антонов // Философия образования, 007. - N 3 (20). - С. 306-312. - Библиогр. в конце ст..
8. Томбу, Д. В. Социология рекламной деятельности [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 040200 "Социология" / Д. В. Томбу. - М. : Форум, 2009. - 240 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 233-235. - Прил.: с. 236. - ISBN 978-5-8199-0395-7. - ISBN 978-5-16-003593-2.
9. Науменко, Т.В. Общественное мнение и массовая коммуникация // Вестник Московского университета. Сер.12, Политические науки, 2003. - N5. - С.63-74.
10. Панюшева, М. М. Блогосфера: традиционные СМИ vs нетрадиционные / М. М. Панюшева // Вестник Московского университета Сер. 10. Журналистика, 2010. - N 4. - С. 106-122. - Библиогр. в примеч. Библиогр.: с. 122.
11. Информационная политика [Текст] : учебник / [П. В. Беспалов [и др.] ; под общ. ред. В. Д. Попова ; Рос. акад. гос. службы при Президенте РФ. - М. : РАГС, 2003. - 463 с. - (Учебники Российской академии государственной службы при президенте Российской Федерации). - Авт. указаны на обороте тит. л. - Глоссарий: с. 432-449. - Библиогр.: с. 450-459. - ISBN 5-7729-0148-6.
12. Макаревич, Э. Ф. Культура массовых коммуникаций / Э. Ф. Макаревич, О. И. Карпухин // Социально-гуманитарные знания, 2008. - N 6. - С. 18-41. - Окончание. Начало в N 5.- Библиогр. в конце ст..

13. Дьякова, Е.Г. Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу // Полис: Политические исследования, 2003. - №3. - С.109-119. - Библиогр.: с.97.

14. Макаревич, Э. Ф. Глобальные коммуникации и культурно-политическая экспансия / Э. Ф. Макаревич, И. О. Карпухин // Социально-гуманитарные знания, 2007. - № 3. - С. 61-76. - Продолж. Окончание №3 2007г.- Библиогр. в конце ст..

15. Зотов, В. В. Информационная картина мира и информационно-коммуникативная среда: проблема взаимосвязи в современном обществе / В. В. Зотов, Е. И. Боев // Вопросы культурологии, 2008. - № 11 (ноябрь). - С. 14-16. - Библиогр.: с. 16 (15 назв.).

16. Варакута, С. А. Связи с общественностью [Текст] : учеб. пособие / С. А. Варакута. - М. : ИНФРА-М, 2009. - 207 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 202. - ISBN 978-5-16-003443-0.

10.3 Периодические издания

1. Журналистика и медиарынок : журнал. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - № 1-12 [1 чз пи], 2010. - № 1-4, 7-10 [1 чз пи]

2. Коммуникативная методика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2004. - № 1-6 [1 фил]

3. Наша власть: дела и лица : журнал. - М., 2004. - № 2,4,5,6,7-8,9,10,11 [1 кх], 2010. - № 3,5 [1 чз пи]

4. Современная Европа : рекламный журнал. - М. : Институт Европы РАН, 2007. - № 1-2,4 [1 кх], 2008. - № 2 [1 кх], 2009. - № 2-4 [1 чз пи; 1 гф чз], 2010. - № 2 [1 чз пи], 2011. - № 1,3-4 [1 чз пи]

5. Бренд-менеджмент : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2008. - № 1-6 [1 эф чз]

6. Эксперт : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2008. - № 1-50 [1 эф чз], 2009. - № 1-50 [1 эф чз], 2010. - № 1-24 (+прил.), 25-50 [1 эф чз], 2012. - № 1 [1 эф чз]

7. Оренбургский край : журнал. - Оренбург : Димур, 2007. - № 2-3 [1 чз пи], 2008. - № 1-4 [1 чз пи], 2009. - № 1-4 [1 чз пи], 2010. - № 1-4 [1 чз пи], 2012. - № [1 чз пи]

8. Оренбуржье (включая еженедельный выпуск " Толстушка") : газета. - Оренбург : Южный Урал, 2011. - № 136-149,151-154,156-158,162,164-166,168-172,174-175,177,178-179,181,182-183,185,186-187,189-190-191,193,194-195,198,200-201,204,205а,206-207,210 [1 чз пи], 2012. - № 1-4,6-8 [1 чз пи]

9. Южный Урал (пятничный выпуск плюс " Толстушка") : газета. - Оренбург : Агентство "Роспечать", 2010. - № 1-78 [1 чз пи], 2010. - № 79-177 [1 чз пи],

10. 2011. - № 90-132 [1 чз пи], 2012. - № 1-4 [1 чз пи]

11. Вечерний Оренбург : газета. - Оренбург : Юж.-Урал. кн. изд-во, 2010. - № 27-52 [1 чз пи], 2011. - № 36-52 [1 чз пи], 2012. - № 1-3 [1 чз пи]

12. Оренбургская неделя : газета. - Оренбург : "Южный Урал", 2010. - N 1-26 [1 чз пи], 2010. - N 27-52 [1 чз пи], 2011. - N 37-52 [1 чз пи], 2012. - N 1-4 [1 чз пи]

10.4 Интернет-ресурсы

Новости и аналитические обзоры:

1. <http://www.unpan.org>
2. <http://www.reuters.com>
3. <http://www.interfax.ru>
4. <http://www.worldcitizen.org> (о будущем мирополитическом устройстве)
5. <http://www.ipr.net> (информация о международных конфликтах)

Новостные сайты

6. <http://www.mid.ru>;
7. <http://www.newstube.ru>;
8. <http://www.vesti.ru>;
9. <http://www.un.org/ru>;
10. <http://www.rbc.ru>;
11. <http://www.rian.ru>;
12. <http://www.itar-tass.com>;
13. <http://lenta.ru>;
14. <http://www.bbc.co.uk>;
15. <http://europa.eu>;
16. <http://www.group.interfax.ru>.

Сайты организаций

17. ИА REGNUM. Режим доступа: <http://www.regnum.ru/>
18. Всероссийский центр исследования общественного мнения: <http://www.wciom.ru/>

10.5 Программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий

- офисные программы (Microsoft Office 2007, Open Office, Microsoft Front Page 2007, Adobe Reader, Microsoft Office 2007) ,
- программы для работы в сети Интернет (Mozilla Firefox, Opera, Internet Explorer).

11 Материально-техническое обеспечение практики

Общее обеспечение:

- компьютер;
- проектор;
- экран;
- телевизор;
- видеомэгаффон.

Приложение 1
к Положению об учебной практике студен-
тов

Заведующему кафедрой

_____ (наименование кафедры)

_____ (фамилия, инициалы заведующего кафедрой)

от студента (ки) _____ курса
_____ формы обучения
_____ факультета
_____ фамилия
_____ имя
_____ отчество

Заявление

Прошу разрешить мне с «___» _____ 201__ г. по «___» _____ 201__ г.

пройти учебную (ознакомительную) практику

В _____
(наименование организации из базы практик)

В структурном подразделении _____

в должности _____

Контактный телефон (студента) _____.

Дата _____

Подпись

Приложение 2

К положению об учебной практике студентов

Заведующему кафедрой

_____ (наименование кафедры)

_____ (фамилия, инициалы заведующего кафедрой)

от студента (ки) _____ курса
_____ формы обучения
_____ факультета
_____ фамилия
_____ имя
_____ отчество

Заявление

Прошу предоставить мне с «___» _____ 201__ г. по «___» _____ 201__ г.

место для прохождения ознакомительной практики

в _____ (наименование организации из базы практик)

Контактный телефон (студента) _____.

Дата _____

Подпись

Приложение 3
к Положению о практике студентов

(Наименование организации –
места прохождения практики)

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Международный экономико-гуманитарный институт просит организовать прохождение
практики в

_____ (наименование учреждения, организации, объединения)
с " ____ " _____ 201 __ г. по " ____ " _____ 201 __ г.

_____ (вид практики)
практики по специальности _____ студента (ки) ____ курса
_____ факультета _____
(ф.и.о.).

По результатам практики просим выдать ему (ей) на руки, заверенную печатью и под-
писью руководителя организации отзыв-характеристику.

Зав. кафедрой _____
(наименование кафедры) (подпись.) (ф.и.о.) (подпись)

« ____ » _____ 201 __ г.

МП

Приложение 4
к Положению о практике студентов

**НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Международный экономико-гуманитарный институт»
(НОУ ВПО «МЭГИ»)**

Кафедра Рекламы

ДНЕВНИК

Прохождения учебно-ознакомительной практики

на предприятии (название)

в период с «___» по «___» 2015г.

Студента гуманитарно-экономического факультета, группы

Ф.И.О.

Руководитель практики:

2015г.

(Штамп организации)

Отзыв-характеристика

Студент (ка) _____ курса гуманитарно-экономического факультета

Международного экономико-гуманитарного института
_____ (ф.и.о.) с _____ 201__ г по _____ 201__ г
прошел (ла) учебную (ознакомительную) практику в

_____ (наименование организации)

В период практики выполнял (ла) обязанности

За время прохождения практики

_____ (ф.и.о.) показал(ла)
_____ уровень теоретической подготовки,
_____ умение применить и использовать знания,
полученные в Институте, для решения поставленных перед ним (ней) прак-
тических задач.

Программа практики выполнена полностью (частично).

В целом работа практиканта

_____ (ф.и.о)

заслуживает оценки _____.

Руководитель

(организации) _____ (ф.и.о)

Календарный план прохождения учебной (ознакомительной) практики

Студентом ____ курса _____ факультета
_____ (ф.и.о.)

№ п/п	Наименование работ и индивидуальных заданий	Период выполнения работ и заданий
1	2	3
1		
2		
3		
...		

Руководитель практики от института

_____ (ф.и.о.)

_____ (подпись)

Приложение №7
Образец оформления

Дневник прохождения учебной (ознакомительной) практики

студентом ____ курса _____ факультета
_____ (ф.и.о.)

№ п/п	Дата	Краткое содержание выполненной работы	Место работы (замещаемая должность)
1	2	3	4
1			
2			
3			
...			

Студент _____ (ф.и.о.)

_____ (подпись)