

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 16.06.2026 21:37:41  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 6  
к образовательной программе

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

### Б2.В.02(Пд) Преддипломная практика

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

### 38.04.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

### Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

(наименование образовательной программы)

### Магистр

(квалификация)

### Очная, заочная

(форма обучения)

Год набора 2026

Санкт-Петербург, 2026

**Автор-составитель РПП:**

Рыжих Линда Викторовна, к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента

**Заведующий кафедрой:**

Лабудин Александр Васильевич, д.э.н., профессор, заведующий кафедрой менеджмента

Рабочая программа практики Б2.В.02(Пд) Преддипломная практика одобрена на заседании кафедры менеджмента факультета экономики и финансов.

Протокол № 8 от 2 апреля 2026 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Вид, тип практики и способы ее проведения
2. Соотнесение результатов обучения по практике с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Объем и место практики в структуре образовательной программы
4. Содержание практики
5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации по практике
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение практик
7. Материально-техническое обеспечение практики

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

Вид и тип практики Б2.В.02(Пд) Преддипломная практика в соответствии с учебным планом, а также способ(ы) ее проведения.

Вид практики – производственная.

Тип практики – преддипломная практика.

Способ проведения – стационарная/выездная.

Форма проведения - непрерывная.

## 2. Соотнесение результатов обучения по практике с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2.1. Практика *Б2.В.02(Пд) Преддипломная практика* обеспечивает формирование следующих компетенций (частей компетенций):

Код и наименование компетенции*	Код и наименование индикатора достижения компетенции*	Код и наименование образовательного результата*
ПКс-1 Способен организовать проведение переговоров с заказчиком и предоставить консалтинговые услуги по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-1.1 Составляет профессиональные тексты для продвижения проектов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-1.1 З-1 <b>Знает</b> основы баннерной рекламы  ПКс-1.1 У-1 <b>Умеет</b> Разрабатывать стратегию продвижения в соответствии с требованиями и ожиданиями заказчика  ПКс-1.1 У-2 <b>Умеет</b> проводить переговоры
	ПКс-1.2 Владеет методологическими основами организации и проведения консалтинга	ПКс-1.2 З-1 <b>Знает</b> основы маркетинга  ПКс-1.2 З-2 <b>Знает</b> методы проведения деловых переговоров  ПКс-1.2 У-1 <b>Умеет</b> разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию
	ПКс-1.3 Организует проведение переговоров с заказчиком и предоставляет консалтинговые услуги по	ПКс-1.3 З-1 <b>Знает</b> основы эффективной устной и письменной коммуникации  ПКс-1.3 У-1 <b>Умеет</b>

	вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	анализировать получаемую от заказчика информацию и выявлять его ожидания и требования
	ПКс-1.4 Владеет технологиями проведения переговоров по вопросам продвижения и организации консалтинга	ПКс-1.4 З-1 <b>Знает</b> основы эффективной устной и письменной коммуникации  ПКс-1.4 У-1 <b>Умеет</b> проводить переговоры
ПКс-2 Способен разработать систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование репутационной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-2.1 Владеет методологическими основами формирования репутационной стратегии	ПКс-2.1 З-1 <b>Знает</b> основы менеджмента  ПКс-2.1 З-2 <b>Знает</b> систему инструментов интернет-маркетинга  ПКс-2.1 У-1 <b>Умеет</b> разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию
	ПКс-2.2 Применяет алгоритм разработки системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта	ПКс-2.2 З-1 <b>Знает</b> основы управления проектами  ПКс-2.2 З-2 <b>Знает</b> систему инструментов интернет-маркетинга  ПКс-2.2 У-1 <b>Умеет</b> планировать работы по продвижению проекта на каждом этапе реализации стратегии  ПКс-2.2 У-2 <b>Умеет</b> распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения
	ПКс-2.3 Разрабатывает репутационную стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-2.3 З-1 <b>Знает</b> принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)

		<p>ПКс-2.3 3-2 <b>Знает</b> систему инструментов интернет-маркетинга</p> <p>ПКс-2.3 У-1 <b>Умеет</b> планировать работы по продвижению проекта на каждом этапе реализации стратегии</p> <p>ПКс-2.3 У-2 <b>Умеет</b> распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения</p>
	<p>ПКс-2.4 Разрабатывает систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование репутационной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ПКс-2.4 3-1 <b>Знает</b> основы маркетинга</p> <p>ПКс-2.4 3-2 <b>Знает</b> систему инструментов интернет-маркетинга</p> <p>ПКс-2.4 У-1 <b>Умеет</b> разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию</p>
<p>ПКс-3 Способен составить стратегию продвижения проекта и его консалтинговый мониторинг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ПКс-3.1 Владеет инструментами и технологиями организации публичных мероприятий</p>	<p>ПКс-3.1 3-1 <b>Знает</b> основы маркетинга</p> <p>ПКс-3.1 3-2 <b>Знает</b> принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)</p> <p>ПКс-3.1 3-3 <b>Знает</b> систему инструментов интернет-маркетинга</p> <p>ПКс-3.1 У-1 <b>Умеет</b> взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика</p>

	<p>ПКс-3.2 Знает алгоритмы построения клиентского консалтинга.</p>	<p>ПКс-3.2 3-1 <b>Знает</b> основы маркетинга</p> <p>ПКс-3.2 3-2 Знает принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика) Практика применения требований внутренних регламентов, регулирующих взаимодействие между субъектами внутреннего контроля на всех уровнях управления экономическим субъектом</p> <p>ПКс-3.2 3-3 <b>Знает</b> систему инструментов интернет-маркетинга</p> <p>ПКс-3.2 У-1 <b>Умеет</b> взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика</p>
	<p>ПКс-3.3 Составляет стратегию продвижения проекта и осуществляет его консалтинговый мониторинг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ПКс-3.3 3-1 <b>Знает</b> основы маркетинга</p> <p>ПКс-3.3 3-2 Знает принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)</p> <p>ПКс-3.3 3-3 <b>Знает</b> систему инструментов интернет-маркетинга</p> <p>ПКс-3.3 У-1 <b>Умеет</b> планировать работы по</p>

		<p>продвижению на каждом этапе реализации стратегии</p> <p><b>ПКс-3.3 У-2 Умеет</b> распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения</p>
<p><b>ПКс-4</b> Способен организовать систему контроля реализации стратегии продвижения и мониторинга репутационных показателей компании в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>ПКс-4.1</b> Владеет методологическими основами построения стратегии продвижения</p>	<p><b>ПКс-4.1 З-1 Знает</b> принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)</p> <p><b>ПКс-4.1 З-2 Знает</b> систему инструментов интернет-маркетинга</p> <p><b>ПКс-4.1 У-1 Умеет</b> планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>
	<p><b>ПКс-4.2</b> Применяет алгоритм разработки системы показателей, характеризующих реализацию стратегии продвижения компании</p>	<p><b>ПКс-4.2 З-1 Знает</b> принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)</p> <p><b>ПКс-4.2 З-2 Знает</b> систему инструментов интернет-маркетинга</p> <p><b>ПКс-4.2 У-1 Умеет</b> планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>
	<p><b>ПКс-4.3</b> Умеет разрабатывать программу консалтинга в интересах органов государственной власти или общественной</p>	<p><b>ПКс-4.3 З-1 Знает</b> принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-</p>

	<p>организации</p>	<p>телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)</p> <p>ПКс-4.3 3-2 <b>Знает</b> систему инструментов интернет-маркетинга</p> <p>ПКс-4.3 У-1 <b>Умеет</b> контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>
	<p>ПКс-4.4 Организует систему контроля реализации стратегии продвижения и мониторинга репутационных показателей компании в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ПКс-4.4 3-1 <b>Знает</b> систему инструментов интернет-маркетинга</p> <p>ПКс-4.4 У-1 <b>Умеет</b> контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>
<p>ПКс-5 Способен организовать и проконтролировать работу по составлению отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ПКс-5.1 Создает научно-аналитические тексты для размещения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ПКс-5.1 3-1 <b>Знает</b> основы и правила проведения эффективных презентаций</p> <p>ПКс-5.1 У-1 <b>Умеет</b> проводить презентации</p>
	<p>ПКс-5.2 Разрабатывает и научно обосновывает креативные компоненты в стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ПКс-5.2 3-1 <b>Знает</b> основы и правила проведения эффективных презентаций</p> <p>ПКс-5.2 У-2 <b>Умеет</b> проводить презентации</p>
	<p>ПКс-5.3 Организует и контролирует работу по составлению отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ПКс-5.3 3-1 <b>Знает</b> основы и правила проведения эффективных презентаций</p> <p>ПКс-5.3 3-2 <b>Знает</b> современные правила и стандарты составления технической документации</p>

		ПКс-5.3 У-1 <b>Умеет</b> проводить презентации
	ПКс-5.4 Составляет отчетные документы в соответствии с рабочим заданием в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПКс-5.4 З-1 <b>Знает</b> методы проведения деловых переговоров  ПКс-5.4 З-2 <b>Знает</b> современные правила и стандарты составления технической документации  ПКс-5.4 У-1 <b>Умеет</b> взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика  ПКс-5.4 У-2 <b>Умеет</b> проводить переговоры

*\*Заполняется на основании Приложения 1 к образовательной программе*

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

**Б2.В.02(Пд) Преддипломная практика** направлена на формирование у будущего менеджера целостного представления о реальных управленческих процессах через непосредственное изучение деятельности предприятия.

**Цель практики** — закрепить и углубить теоретические знания и практические умения, а также развить способность применять их для решения профессиональных задач. Результатом практики становится сбор актуальных данных и анализ конкретных ситуаций, что обеспечивает научно обоснованный подход к выполнению выпускной квалификационной работы и способствует повышению уровня профессиональной компетентности выпускника.

**Задачи практики:**

- идентифицировать актуальные управленческие проблемы и вызовы, характерные для организации, с учётом отраслевой специфики и текущей экономической ситуации.

- осуществить сбор первичных и вторичных данных (интервью, опросы, анализ отчётности, наблюдение), необходимых для эмпирической части выпускной квалификационной работы, с соблюдением методологических требований научного исследования.

- обработать и интерпретировать полученные данные с применением соответствующих аналитических методов (SWOT-анализ, PEST-анализ, бенчмаркинг, анализ «план-факт» и т. д.), сформулировать выводы.

- разработать научно обоснованные рекомендации по оптимизации управленческих процессов или решению выявленных проблем, оценить их потенциальную эффективность и возможности внедрения на предприятии.

- оформить результаты в соответствии с требованиями ГОСТ и иных нормативных документов, используя современные средства редактирования и печати.

- освоить комплекс знаний и умений, необходимых обучающемуся для подготовки и написания выпускной квалификационной работы.

Б2.В.02(Пд) Преддипломная практика является одним из этапов написания выпускной квалификационной работы по образовательной программе «Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью».

Этапы	Тип практики	Основное содержание
1 этап	Б2.О.01(У) Научно-исследовательская работа	Подготовка библиографического списка ВКР; Подготовка введения ВКР; Подготовка (теоретической) главы 1 ВКР; Подготовка к публикации 2-х научных статей на основе первых результатов научно-исследовательской работы.
2 этап	Б2.В.01(П) Научно-исследовательская работа	Подготовка (аналитической) главы 2 ВКР. Подготовка и публикация двух научных статей по результатам научно-исследовательской работы.
3 этап	Б2.В.02(Пд) Преддипломная практика	Подготовка (эмпирической) главы 3 и заключения ВКР.

Общий объем практики, реализуемой в 1 и 2 семестре 1 курса по очной и заочной формам обучения составляет 12 зачетных единиц, 432 академических часов, из них

*на очной форме обучения:*

- контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий 9 академ. час.,
- консультация 2 академ. час.,
- самостоятельная работа обучающихся 421 академ. час.

*на заочной форме обучения:*

- контроль 2 академ. час.,
- консультация 2 академ. час.,
- самостоятельная работа обучающихся 426 академ. час.

#### 4. Содержание практики

Этапы практики	Виды работ	Трудоемкость, ак.ч	
		Конт.раб. Оч./Заоч.	Сам.раб. Оч./Заоч.
1.Организационно-подготовительный	<ul style="list-style-type: none"><li>• Вводное занятие с руководителем практики</li><li>• Получение индивидуального задания по прохождению практики</li><li>• Составление плана прохождения практики</li><li>• Инструктаж по подготовке Отчета о прохождении практики и процедуре защиты</li></ul>	2/2	45/45
2.Основной	<ul style="list-style-type: none"><li>• Выполнение индивидуального задания по прохождению практики</li><li>• Оформление Отчета о прохождении практики</li><li>• Представление Отчета о прохождении практики</li></ul>	-	368/373
3.Отчетный	<ul style="list-style-type: none"><li>• Прохождение защиты Отчета</li></ul>	9/2	8/8

#### 5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации по практике

Промежуточная аттестация (зачет с оценкой) по Б2.В.02(Пд) Преддипломная практика проводится в форме защиты отчета по практике. Оценочные материалы промежуточной аттестации включают в себя: перечень отчетных документов по практике и перечень вопросов открытого типа к зачету с оценкой по практике.

Полный пакет отчетных документов, отражающий прохождение практики студентом, состоит из:

1. Индивидуальное задание (Приложение 1);
2. Отчет о прохождении практики (Приложение 2);
3. Отзыв о работе обучающегося в период прохождения практики (Приложение 3).

Промежуточная аттестация может быть реализована с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ). Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету/профилю предоставляется студенту в деканате.

## Перечень вопросов открытого типа к зачету с оценкой по практике

1. Охарактеризуйте организацию, в которой проходила практика: укажите её организационно-правовую форму, сферу деятельности, целевую аудиторию и ключевые коммуникационные задачи. Кратко опишите её текущую репутацию (на основе доступных данных).
2. Опишите структуру PR- и коммуникационного отдела (или подразделения, отвечающего за репутационный менеджмент), где вы проходили практику. Выделите ключевые роли и зоны ответственности сотрудников, а также их взаимодействие с другими подразделениями. При необходимости приведите схему структуры.
3. Какие методы сбора информации о репутации бренда вы использовали в ходе практики? Перечислите их, обоснуйте выбор применительно к задачам вашей ВКР и приведите пример успешного применения одного из методов.
4. Опишите один из ключевых репутационных процессов или коммуникационных проектов, с которым вы познакомились на практике. Укажите его цель, этапы реализации, задействованные каналы коммуникации, участников и итоговый результат (или промежуточные итоги).
5. Какие репутационные риски или проблемы в коммуникационной стратегии организации вам удалось выявить? Приведите 2–3 конкретных примера (например, негативные отзывы, пробелы в SMM, слабая антикризисная готовность), оцените их потенциальное влияние на репутацию компании.
6. Какие аналитические инструменты и методики оценки репутации (количественные и качественные) вы применяли? Продемонстрируйте на примере: опишите, как вы собирали и анализировали данные (например, мониторинг СМИ и соцсетей, опросы, контент-анализ), и интерпретируйте полученные результаты.
7. Какие нормативные и профессиональные документы (законы, этические кодексы, внутренние регламенты) регулируют PR-деятельность и репутационный менеджмент в организации? Приведите 2–3 примера и поясните, как они влияют на повседневную работу команды.
8. Какие практические задачи, связанные с темой вашей ВКР, вы выполняли в ходе практики (например, подготовка пресс-релиза, разработка коммуникационного плана, мониторинг упоминаний бренда)? Опишите одну задачу: её цель, ваши действия, использованные инструменты и полученный результат.

9. Какие методики репутационного аудита или стратегического анализа (например, SWOT, PEST, анализ стейкхолдеров, репутационный бенчмаркинг) вы использовали? Приведите конкретный пример: какой метод был применён, какие данные получены и как они повлияли на ваши рекомендации или выводы.

10. Какие источники информации (внутренние отчёты, открытые базы данных, соцсети, СМИ, экспертные интервью и т.д.) вы задействовали для сбора данных о репутации бренда? Оцените их достоверность и релевантность теме ВКР. Приведите 2–3 ключевых источника и кратко охарактеризуйте их полезность.

11. Какие рекомендации по улучшению репутации или коммуникационной стратегии вы предложили организации? Изложите суть 2–3 предложений (например, усиление присутствия в соцсетях, внедрение системы мониторинга, корректировка тональности коммуникаций), оцените их потенциальную эффективность и реалистичность внедрения.

12. Как результаты практики будут использованы в вашей выпускной квалификационной работе? Укажите, какие разделы ВКР (аналитическая глава, практическая часть, рекомендации) будут опираться на собранные вами данные, и поясните, как это поможет раскрыть тему исследования.

13. С какими трудностями вы столкнулись в ходе практики при сборе данных или реализации коммуникационных задач? Опишите 1–2 проблемы (например, ограниченный доступ к информации, низкая вовлечённость аудитории, кризис-ситуация) и расскажите, какие шаги предприняли для их преодоления.

14. Какие знания и навыки, полученные в ходе обучения (например, основы PR, копирайтинг, SMM, медиапланирование, антикризисные коммуникации), оказались наиболее полезными для выполнения задач практики? Приведите конкретные примеры их применения (например, написание пресс-релиза, настройка таргетированной рекламы, подготовка антикризисного сообщения).

15. Какие выводы вы сделали по итогам преддипломной практики относительно своей профессиональной подготовки? Сформулируйте 2–3 основных итога (например, уровень владения инструментами мониторинга, навыки стратегического планирования) и наметьте направления дальнейшего развития (курсы, тренинги, углубление в конкретные методики).

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение практик**

**Требования к структуре, содержанию и оформлению отчета по практике.**

Отчет о прохождении практики является основным документом, характеризующим работу студента во время прохождения практики.

В ходе прохождения практики обучающиеся осуществляют анализ практического материала, собранного по ряду предприятий и организаций, в рамках выбранной темы. Полученные данные используются для подготовки (эмпирической) главы 3 выпускной квалификационной работы.

Отчет о прохождении практики состоит из следующих элементов:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- библиографический список;
- приложения.

**Титульный лист** оформляется в соответствии с предъявляемыми требованиями по форме Приложения № 2.

**В оглавлении** должны быть последовательно перечислены все заголовки разделов отчёта и указаны номера страниц.

**Во введении** обосновывается значимость рассматриваемой проблемы в сфере репутационного менеджмента и коммуникаций, даётся краткая характеристика базы практики (организация, подразделение), формулируются цель и задачи практики, а также связь с темой ВКР.

**Основная часть** отчёта предполагает работу над третьей (эмпирической) главой выпускной квалификационной работы и заключения выпускной квалификационной работы. В ней необходимо:

- провести анализ текущего состояния репутационного менеджмента и коммуникационной деятельности организации (в соответствии с темой ВКР);
- изучить деятельность подразделения, отвечающего за PR, рекламу и репутационный менеджмент (структуру, функции, используемые инструменты и методики);
- собрать и обработать эмпирические данные (мониторинг СМИ и соцсетей, контент-анализ, опросы, аудит коммуникационных материалов и т. д.);
- выявить ключевые проблемы и точки роста в системе репутационного менеджмента;
- разработать консалтинговые и коммуникационные предложения по совершенствованию системы репутационного менеджмента в выбранном направлении;
- оценить предполагаемую эффективность проектных предложений (коммуникационную, репутационную, социальную и косвенную экономическую).

**Заключение** предполагает анализ, обобщение и систематизацию полученной информации, а также краткие выводы о проделанной работе. В нём необходимо:

- сформулировать основные выводы по результатам анализа репутационного менеджмента организации;

- отразить вклад практики в раскрытие темы ВКР;
- подчеркнуть научную и практическую значимость полученных результатов;
- наметить перспективы дальнейшего изучения темы и развития репутационного менеджмента в организации.

**Библиографический список** включает подробный обзор и анализ литературы по теме исследования. Основу обзора должны составлять источники, раскрывающие теоретические аспекты изучаемого вопроса: научные монографии, статьи научных журналов, профессиональные издания по PR, рекламе и репутационному менеджменту.

В **приложениях** к отчёту размещаются копии документов, изученных обучающимся при прохождении практики (пресс-релизы, отчёты по мониторингу, коммуникационные стратегии, скриншоты мониторинга и т. п.), а также таблицы, графики, диаграммы, иллюстрации, не вошедшие в основную часть.

Отчёт о прохождении практики и прилагаемые к нему документы должны быть подписаны студентом, а также руководителями практики. Полный пакет документов, отражающий прохождение практики студентом, брошюруется в папку.

Оформление Отчета, должно отвечать требованиям, предъявляемым к оформлению письменных студенческих работ. Отчет выполняется шрифтом Times New Roman -14, через полуторный интервал. Поля сверху и снизу - 20 мм, слева - 30 мм, справа -10 мм. Абзацный отступ – 1,25 мм.

Наименования всех структурных элементов (за исключением приложений) записываются в виде заголовков строчными буквами по центру страницы без подчеркивания (шрифт 14 полужирный).

Страницы нумеруются арабскими цифрами с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту. Номер страницы проставляется в центре нижней части листа без точки. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц. Номер страницы на титульном листе не проставляется (нумерация страниц – автоматическая). Приложения включаются в общую нумерацию страниц.

При ссылках на структурную часть текста, выполняемой ВКР указываются номера глав (разделов), подразделов, пунктов, подпунктов, перечислений, графического материала, формул, таблиц, приложений, а также графы и строки таблицы данной ВКР. При ссылках следует писать: «... в соответствии с главой (разделом) 2», « ... в соответствии со схемой № 2», «(схема № 2)», «в соответствии с таблицей № 1», «таблица № 4», «... в соответствии с приложением № 1» и т. п.

Цитаты воспроизводятся в тексте с соблюдением всех правил цитирования (соразмерная кратность цитаты, точность цитирования). Цитируемая информация заключаются в кавычки, указывается источник цитирования.

Цифровой (графический) материал (далее – материалы), как правило, оформляется в виде таблиц, графиков, диаграмм, иллюстраций и имеет по тексту отдельную сквозную нумерацию для каждого вида материала,

выполненную арабскими цифрами. При этом обязательно делается надпись «Таблица» или «Рисунок» и указывается порядковый номер, название рисунка записывается в той же строке, а заголовок таблицы - на следующей строке по центру строчными буквами (14 шрифт полужирный).

Материалы в зависимости от их размера, помещаются под текстом, в котором впервые дается ссылка на них, или на следующей странице. Допускается цветное оформление материалов.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы на другой лист (страницу) слово «Таблица» и номер ее указывают один раз справа над первой частью таблицы, над другими частями пишут слово «Продолжение» и указывают номер таблицы (пример: «Продолжение таблицы 1»). При переносе таблицы на другой лист (страницу) заголовок помещают только над ее первой частью. Необходимо указывать при переносе обозначение столбцов таблицы. В таблицах допускается применение 12 размера шрифта.

Приложения к ВКР оформляются на отдельных листах, причем каждое из них должно иметь свой тематический заголовок и в правом верхнем углу страницы надпись «Приложение» с указанием его порядкового номера арабскими цифрами. Характер приложения определяется обучающимся (обучающимися совместно выполнявшими ВКР) самостоятельно, исходя из содержания ВКР. Текст каждого приложения может быть разделен на разделы, подразделы, пункты, подпункты, которые нумеруют в пределах каждого приложения. Приложения должны иметь общую с остальной частью ВКР сквозную нумерацию страниц.

Обучающийся самостоятельно проверяет уровень оригинальности и объем заимствований в системе «Антиплагиат» через свой личный кабинет в формате PDF. Для научных текстов магистров минимальный уровень оригинальности с цитированием и самоцитированием должен составлять не менее 80%.

### Шкала оценивания

Оценка соответствия с формой аттестации		Формулировка требований к степени освоения практики
ЗАЧТЕНО	ОТЛИЧНО	<i>Студент показывает полные и глубокие знания проектного материала, логично и аргументировано отвечает на поставленный вопрос, а также дополнительные вопросы, показывает высокий уровень теоретических знаний. Отчет полностью отражает выполнение всех задач, отраженных в индивидуальном задании. Студент сдал полный пакет документов. Оформление документов соответствует требованиям.</i>
ЗАЧТЕНО	ХОРОШО	<i>Студент показывает глубокие знания материала,</i>

		<i>грамотно его излагает, достаточно полно отвечает на поставленный вопрос и дополнительные вопросы, умело формулирует выводы. В то же время при ответе допускает несущественные погрешности. Отчет отражает выполнение 2/3 задач, отраженных в индивидуальном задании. Студент сдал полный пакет документов. Оформление документов (частично) соответствует требованиям.</i>
ЗАЧТЕНО	УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	<i>Студент показывает достаточные, но не глубокие знания проектного материала; при ответе не допускает грубых ошибок или противоречий, однако в формулировании ответа отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. Для получения правильного ответа требуются уточняющие вопросы. Отчет отражает 1/2 выполнение задач, отраженных в индивидуальном задании. Студент сдал полный пакет документов. Оформление документов частично соответствует требованиям.</i>
НЕЗАЧТЕНО	НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	<i>Студент показывает недостаточные знания проектного материала, не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускаются грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на поставленный вопрос или затрудняется с ответом. Отчет отражает менее 1/2 выполнение задач, отраженных в индивидуальном задании. Студент сдал неполный пакет документов. Оформление документов не соответствует требованиям.</i>

### Основная литература

1. Алешина, И. В. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетологов : учебник / И. В. Алешина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : КноРус, 2026. — 478 с. — (Бакалавриат). — ISBN 978-5-406-12345-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587654>
2. Песоцкий, Е. А. Современная реклама: теория и практика / Е. А. Песоцкий. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Дашков и К°, 2026. — 288 с. — ISBN 978-5-394-15678-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589123>
3. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. — 8-е изд., перераб. и доп. — Москва : Дело, 2026. — 560 с. — (Учебники Президентской академии). —

ISBN 978-5-85971-987-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/592345>

4. Дзялошинский, И. М. Коммуникационный консалтинг : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 320 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18987-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/591234>

5. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, связи с общественностью, маркетинг : учебник / Ф. И. Шарков. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Дашков и К°, 2026. — 344 с. — ISBN 978-5-394-21098-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/593456>

### Дополнительная литература

1. ГОСТ Р 7.0.5–2008 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления.

2. ГОСТ Р ИСО 10668–2016 Оценка брендов. Требования к оценке с точки зрения финансов, маркетинга, юридического и бухгалтерского аспектов.

3. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью (утв. на заседании Исполнительного Совета РАСО, май 2001 г.). — Текст: электронный // Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО): [сайт]. — URL: [https://raso.ru/about/documents/code\\_of\\_ethics](https://raso.ru/about/documents/code_of_ethics)

4. Горюнова, О. Н. Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. пособие / О. Н. Горюнова. — Санкт-Петербург: Питер, 2025. — 288 с. — ISBN 978-5-4461-1678-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/594567>

5. Положения о практической подготовке обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (утверждено Приказом от «15» мая 2026 года № 02-845). — Текст: электронный // Официальный сайт РАНХиГС [сайт]. — URL: [https://spb.ranepa.ru/sveden/files/rig/Prikaz\\_N02-845\\_ot\\_15.05.2026\\_Polozhenie\\_o\\_praktike.pdf](https://spb.ranepa.ru/sveden/files/rig/Prikaz_N02-845_ot_15.05.2026_Polozhenie_o_praktike.pdf)

## 7. Материально-техническое обеспечение практики

№	Оборудование/программы и др.	Цель использования
1	LMS Moodle(СДО Академия)	Загрузка методического обеспечения практики. Загрузка отчетов и сопроводительной документации для проверки.
2	МТС Линк	Защита отчетов с презентацией
3	Яндекс Телемост	Консультации
4	Персональные компьютеры	Расчеты, подготовка отчета и презентации



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

Северо-Западный институт управления-филиал РАНХиГС  
Факультет экономики и финансов  
Кафедра менеджмента

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**

по \_\_\_\_\_ практике  
(учебной/производственной, в том числе преддипломной/выбрать нужное)  
обучающегося \_\_\_\_\_ курса, учебной группы № \_\_\_\_\_

(фамилия, имя, отчество)

Направление подготовки (специальность) \_\_\_\_\_  
(код и наименование)

Профиль/направленность/специализация \_\_\_\_\_

Место \_\_\_\_\_ прохождения \_\_\_\_\_ практики

(указывается полное наименование структурного подразделения Академии/профильной организации и ее структурного подразделения, а также их фактический адрес)

Срок прохождения практики: с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

№ п/п	Содержание индивидуального задания	Планируемые результаты

**СОГЛАСОВАНО<sup>1</sup>**

\_\_\_\_\_  
И.О. Фамилия руководителя по практической подготовке от профильной организации/или руководителя структурного подразделения Института (профильное подразделение)  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

**УТВЕРЖДАЮ**

\_\_\_\_\_  
Руководитель по практической подготовке от Института  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

Задание принято к исполнению \_\_\_\_\_ «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.  
(подпись обучающегося)

<sup>1</sup> При прохождении практики в профильной организации.

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

Северо-Западный институт управления-филиал РАНХиГС  
Факультет экономики и финансов  
Кафедра менеджмента

**ОТЧЕТ**

**о прохождении практики** \_\_\_\_\_  
*(вид практики)*

\_\_\_\_\_ *(Ф.И.О. обучающегося)*  
\_\_\_\_\_ курс обучения учебная группа № \_\_\_\_\_

Место прохождения практики

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

*(указывается полное наименование структурного подразделения Академии/профильной организации и ее структурного подразделения, а также их фактический адрес)*

Срок прохождения практики: с «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_ г. по «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_ г.

Отчет подготовлен \_\_\_\_\_  
*(подпись обучающегося)*

\_\_\_\_\_ *(И.О. Фамилия)*

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_ г.

**О Т З Ы В**  
**о работе обучающегося в период прохождения практики**

Обучающийся \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. обучающегося)

института/факультета/филиала \_\_\_\_\_  
(наименование структурного подразделения)

проходил \_\_\_\_\_ практику

в период с « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. по « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

в \_\_\_\_\_  
(наименование профильной организации с указанием структурного подразделения)

Обучающийся \_\_\_\_\_  
(фамилия, инициалы обучающегося)

успешно прошел инструктаж по соблюдению правил охраны труда и техники безопасности, правил противопожарной безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов, ознакомлен с правилами внутреннего трудового распорядка, после чего был допущен к выполнению определенных индивидуальным заданием видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

К должностным обязанностям и поставленным задачам в соответствии с индивидуальным заданием практикант относился добросовестно, проявляя интерес к работе. Порученные задания выполнил в полном объеме в установленные программой практики сроки.

Считаю, что по итогам практики обучающийся может (не может) быть допущен к защите отчета по практике.

(При необходимости отзыв может быть дополнен).

\_\_\_\_\_  
(Должность руководителя по практической  
Фамилия) подготовки от профильной организации)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(И.О.)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.