



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

**Институт (филиал) СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

**Кафедра ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ, СМИ И РЕКЛАМНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

«УТВЕРЖДАЮ»  
Заведующий кафедрой, доктор философских наук,  
профессор,  
\_\_\_\_\_ М. Ю. Чернавский

## **ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

### **УЧЕБНО-ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ПРАКТИКА**

<b>Вид практики</b>	<b>ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ</b>
<b>Способ проведения практики</b>	<b>СТАЦИОНАРНАЯ</b>
<b>Форма проведения практики</b>	<b>ДИСКРЕТНАЯ</b>
<b>Направление подготовки</b>	<b>42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ</b>
<b>Тип образовательной программы</b>	<b>АКАДЕМИЧЕСКАЯ МАГИСТРАТУРА</b>
<b>Профиль подготовки</b>	<b>ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ И ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ</b>
<b>Квалификация выпускника</b>	<b>МАГИСТР</b>
<b>Форма обучения</b>	<b>ОЧНАЯ</b>

Москва 2018г.

Программа производственной практики «**Учебно-организационная 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 08.04.2015 № 372, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования **42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»**.

Программа производственной практики «**Учебно-организационная практика**» разработана рабочей группой в составе:

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

Зотова А.С. – к. филолог.н., 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. политич. н., доцент кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»,



Н.С.Виноградова

Программа производственной практики «**Учебно-организационная практика**» обсуждена и утверждена на заседании кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»,

Протокол № 6 от «27» февраля 2018 года

Заведующий кафедрой доктор философских наук, профессор



Чернавский М. Ю.

(подпись)

Программа производственной практики «**Учебно-организационная практика**» рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ПАО Сбербанк  
Руководитель ДО 8609/00119



Н. В. Добровольская

ООО «Лучидо»  
Руководитель службы маркетинга и коммерции



П.А.  
Хрисанов

## 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, объем и время проведения производственной практики .....	5
7. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики ( <i>перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы</i> ).....	6
8. Структура и содержание производственной практики .....	8
9. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на производственной практике.....	8
10. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике.....	8
11. Формы промежуточной аттестации по итогам практики .....	10
12. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по производственной практике ( <i>фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике</i> ).....	10
13. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики ( <i>перечень учебной литературы и ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения практики</i> ).....	29
14. Материально-техническое обеспечение производственной практики.....	30
15. Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями.....	30
16. Лист регистрации изменений.....	28

## **1. Тип производственной практики**

### **УЧЕБНО-ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ПРАКТИКА**

## **2. Цель производственной практики**

Целью производственной практики «**Учебно-организационная практика**» является ознакомление студентов с видами профессиональной деятельности: коммуникационная; рекламно-информационная; информационно-технологическая в сфере рекламы и связей с общественностью, ознакомление студентов с особенностями 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 профессиональных дисциплин, закрепление теоретических знаний, формирование 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 **Учебно-организационная 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 с областями профессиональной деятельности:

- коммуникационные процессы в политической, экономической, социальной, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде;
- общественное мнение;

с объектами профессиональной деятельности:

- государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации.

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 «Реклама и связи с общественностью» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура) и входит в Вариативную часть Блока 2. Практики. Производственная практика является обязательным этапом обучения магистрантов; 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 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 учебной 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 проведения практики: *стационарная; выездная.*

Формы проведения практики: *дискретная.*

Практика проводится в форме контактной работы (2 ч – индивидуальные консультации с преподавателями) и в форме самостоятельной работы обучающихся.

#### **6. Место и время проведения производственной практики**

Место проведения **Учебно-организационной практики** 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 производственную 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 в 2 семестре. Всего 2 недели.

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. ФГБНУ ВНИИ пивоваренной безалкогольной и винодельной промышленности
2. ФГБНУ ВНИИ хлебной промышленности
3. ООО "Бритарев Мануфактура"
4. ООО «ФРОНЕРИ РУС»
5. ПАО «Группа «Черкизово»
6. ОАО «Рот Фронт»
7. ООО «Фабрика шоколадных масс»
8. ОАО «Ожерельевский комбикормовый завод»
9. «Росинтер Ресторантс» TGIF Fridays
10. «Департамент информационной политики Минобрнауки России»
11. ФГБОУ ВО «МГУТУ им К.Г. Разумовского (ПКУ)», Кафедра «Общественные процессы СМИ и рекламные технологии»
12. ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г.Разумовского (ПКУ)» Управление по рекламной деятельности.
13. ФГБОУ ВО «МГУТУ им К.Г. Разумовского (ПКУ)», Кафедра «Общественные процессы СМИ и рекламные технологии»
14. ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г.Разумовского (ПКУ)» Управление по связям с государственными органами, образовательными учреждениями и объединениями работодателей

### **7. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики**

В результате прохождения данной производственной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, компетенции: ОК-1; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ОПК-8; ОПК-9; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11

#### **общекультурные компетенции (ОК):**

- Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

#### **общепрофессиональные компетенции (ОПК):**

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

1);

- способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);
- владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);
- способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);
- владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5);
- владение методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6);
- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);
- готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении (ОПК-8);
- способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9).

**профессиональные компетенции (ПК), соответствующими виду/видам деятельности в соответствии с ФГОС, на которые ориентирована ОПОП:**

**организационно-управленческая деятельность:**

- способностью управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1);
- способностью осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий (ПК-2);
- способностью разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-3);
- способностью управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность (ПК-4);
- способностью работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность (ПК-5);
- способностью самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность (ПК-6);
- способностью разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях (ПК-7);
- способностью оценивать затраты и результаты деятельности организации (ПК-8);
- способностью к выработке нестандартных решений (ПК-9);
- способностью применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10);
- способностью разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов (ПК-11).

## 8. Структура и содержание производственной практики

Общая трудоемкость производственной практики во 2-м семестре составляет 3 зачетных единиц, 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. Зачет с оценкой	Отчет по практике

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

При организации практики используются следующие образовательные технологии:

– информационно-коммуникационные технологии (у студентов имеется возможность получать консультации руководителя практики посредством электронной почты);

– проектировочные технологии (планирование этапов работы и определение в соответствии с целями и задачами);

– развивающие проблемно-ориентированные технологии (постановка и решение проблемных задач, допускающих различные пути их разработки; «междисциплинарное» обучение, предполагающее при решении профессиональных задач использование знаний из разных научных областей, группируемых в контексте конкретной решаемой задачи; основанное на опыте контекстное обучение, опирающееся на реконструкцию профессионального опыта специалиста базы практики в контексте осуществляемых им направлений деятельности);

– лично ориентированные обучающие технологии (выстраивание для практиканта индивидуальной образовательной траектории на практике с учетом его научных интересов и профессиональных предпочтений; определение студентом путей профессионального самосовершенствования);

– рефлексивные технологии (позволяющие практиканту осуществлять самоанализ научно-практической работы, осмысление достижений и итогов практики).

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

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

Перед прохождением практики обучающиеся знакомятся с «Положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата, специалитета и магистратуры, в ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского (Первый казачий университет)»

Для руководства практикой, проводимой в Университете, назначается руководитель практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу Университета.

Руководитель практики от Университета:

– совместно с руководителем практики от профильной организации составляет рабочий график (план) проведения практики;



- разрабатывает индивидуальные задания для выполнения обучающимися в период практики;
- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации, осуществляющей профессиональную деятельность;
- осуществляет контроль соблюдения сроков проведения практики и соответствием ее содержания, установленным образовательной программой требованиям к содержанию соответствующего вида практики;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;
- осуществляет подбор организаций, на которых обучающиеся могут проходить практику соответствующего вида, участвует в отборе и проводит инструктивно-методическое сопровождение руководителей практики от организаций;
- готовит предложения по оформлению договорных отношений с организациями по вопросам проведения практики;
- организовывает и проводит с обучающимися установочное и отчетные мероприятия по результатам прохождения практики;
- проводит в ходе практики методические занятия для обучающихся;
- своевременно информирует Университет (филиал) о ходе и всех проблемах прохождения обучающимися практики;
- анализирует отчетную документацию обучающихся и оценивает их работу совместно с руководителями практики от организаций;
- проводит промежуточную аттестацию обучающихся по итогам практики в установленном порядке;
- несет ответственность совместно с руководителем практики от организации за соблюдение обучающимися правил техники безопасности;
- вносит предложения по совершенствованию процедур проведения практики;
- комплекзует и передает отчетную документацию обучающихся по практике на хранение в течение установленных сроков в соответствующий Учебный офис.

Тема индивидуального задания выбирается руководителем практики от кафедры с учетом возможностей базы практики, и должна быть внесена в задание на практику и в дневник студента перед началом практики.

Самостоятельная работа в период проведения практики включает:

- консультирование обучающихся руководителями практики от университета и организации с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенного руководителем задания, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в организации;
- ознакомление с основной и дополнительной литературой, необходимой для прохождения практики;
- обобщение данных, полученных в результате работы в организации;
- своевременная подготовка отчетной документации по итогам прохождения практики и представление ее руководителю практики от кафедры;
- успешное прохождение промежуточной аттестации по итогам практики.

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.

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

Материалы о прохождении практики обучающегося хранятся на кафедре в установленном порядке.

Защита отчета по практике проходит публично. В ходе защиты оцениваются:

1) выполнение индивидуального задания;

2) характеристика профессиональной деятельности обучающегося в период прохождения практики. Характеристику составляет и подписывает руководитель практики от профильной организации;

3) отчёт о прохождении практики;

4) результаты устного опроса (собеседования) или защиты отчета в виде презентации;

Уровень сформированности у обучающегося компетенций в период прохождения практики определяется по результатам защиты отчета по практике и с учетом характеристики профессиональной деятельности обучающегося в период прохождения практики, составленной руководителем практики от профильной организации.

В процессе защиты отчёта о прохождении практики обучающемуся могут задаваться вопросы как практического, так и теоретического характера для выявления полноты сформированности у него компетенций: ОК-1; ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-

11

код	Формируемая компетенция	Этапы формирования компетенции	Содержание этапа формирования компетенции
<b>общекультурные компетенции(ОК):</b>			
ОК-1	Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Начальный этап (знания)	<b>Знать:</b> - основные мыслительные операции, сущность постановки и выбора цели; принципы, методы, технологии мониторинга внешнего окружения; - принципы, методы, технологии мониторинга внешнего окружения; - основы научной методологии; основные научные понятия и теории; основы историко-культурного развития человека и человечества; основные закономерности взаимодействия человека и общества; - современные теории и концепции поведения на различных уровнях организации основные научные понятия и теории;
		Продвинутый этап (умения)	<b>Уметь:</b> - понимать смысл, обобщать, систематизировать, интерпретировать и комментировать получаемую

			<p>информацию; ставить цели и формулировать финансовые задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- давать оценку значимости различных проблем.</li> <li>- анализировать социально и личностно значимые научные проблемы; ставить цели и формулировать финансовые задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;</li> <li>- осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений</li> </ul>
		Завершающий этап (навыки)	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами и технологиями получения, систематизации, использования и обновления гуманитарных, социальных и экономических знаний из различных источников.</li> <li>- методом анализа.</li> <li>- основными общенаучными и логическими методами получения и использования гуманитарных, социальных и экономических знаний.</li> <li>- различными методами научного анализа и технологиями получения, систематизации полученной информации; и мониторинга внешнего окружения.</li> </ul>
<b><u>Общепрофессиональные компетенции (ОПК):</u></b>			
ОПК-1	Способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта	Начальный этап (знания)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы и основы стратегического развития сферы рекламы и PR;</li> <li>- типологию, принципы и технологии создания рекламного продукта и продукта в сфере PR;</li> <li>- принципы взаимодействия организации и общества, общества и СМИ;</li> <li>- основы социальной психологии, психологии межличностных отношений, психологии больших и малых групп;</li> <li>- законы планирования, управления и оценки в краткосрочной и долгосрочной перспективе.</li> </ul>
		Продвинутый этап (умения)	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать законы планирования и управления на уровне применения значительного объёма теоретических знаний в профессиональной сфере, работать в различных сложных условиях, в различных коллективах;</li> <li>- создавать оптимальные условия для профессиональной деятельности; грамотно строить коммуникацию в повседневных и конфликтных ситуациях;</li> <li>- осуществлять мониторинг СМИ, социологические и маркетинговые исследования для грамотного прогнозирования деятельности коллектива и организации;</li> <li>- оценивать качество материалов для создания рекламного и PR-продукта;</li> <li>- оценивать принимаемые управленческие решения с правовых, морально-этических и нравственных позиций.</li> </ul>
		Завершающий этап (навыки)	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологиями создания рекламного продукта, PR-продвижения, а также формирования общественного мнения в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации, планирования и управления работой отдела по СО, отдела рекламы, СМИ в любой социальной сфере в различных условиях и с различными производственными задачами на уровне, достаточном для решения сложных производственно-управленческих задач;</li> <li>- методиками мониторинга, SWAT-анализа, контент-анализа, а также использования результатов для прогностического и стратегического планирования работы;</li> <li>- вычленять главные факторы, влияющие на успешность социального взаимодействия в стандартных и нестандартных ситуациях, адекватно оценивать последствия выбранной стратегии.</li> </ul>
ОПК-2	Способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия	Начальный этап (знания)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- структуру, принципы организации, а также формы и методы работы пресс- службы, пресс- центра, отдела по СО и рекламы;</li> <li>- принципы выстраивания взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью;</li> <li>- типологию существующих на рынке современных СМИ, специфику их деятельности принципы взаимодействия организации со СМИ;</li> <li>- роль и возможности практического использования PR в различных сферах человеческой деятельности: в экономике, политике, культуре, спорте и других сферах;</li> <li>- типологию, принципы и технологии создания коммуникационных кампаний с разными целями (продвижения бренда и продукта организации, формирования общественного мнения, формирования имиджа и пр.).</li> </ul>
		Продвинутый этап (умения)	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выстраивать взаимоотношения организации с государственными, общественными, коммерческими организациями, средствами массовой информации;</li> <li>- обеспечивать полноту и оперативность информации о деятельности представляемой организации;</li> <li>- создавать оптимальные условия для работы журналистов, управлять созданием материалов для прессы;</li> <li>- управлять общественным мнением и формировать имидж организации в информационном пространстве;</li> <li>- осуществлять регулярный мониторинг существующих средств массовой информации, адекватно реагировать на информационные потоки;</li> <li>- анализировать возможные PR-ситуации, моделируя ту или иную коммуникационную кампанию с ее эффективными средствами и методами.</li> </ul>
		Завершающий этап (навыки)	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации работы пресс-службы, пресс-центра, отдела по СО и рекламы с целью формирования информационного пространства и паблицитного капитала организации;</li> <li>- творческими технологиями для поиска идеи и планирования эффективной коммуникационной кампании; методиками планирования, проведения и оценки коммуникационной кампании или мероприятия;</li> <li>- основными технологиями создания и внедрения образа объекта (идеи, товара, услуги, персоналии, организации, бренда) в ценностный ряд социальной группы с целью закрепления этого образа как</li> </ul>

			<p>идеального и необходимого в жизни;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологиями формирования общественного мнения о товаре, человеке, компании, событии;</li> <li>- методиками мониторинга СМИ, проведения SWAT-анализа, контент-анализа для оценки эффективности коммуникационной кампании;</li> <li>- умением представлять результаты собственных исследований в виде аналитических докладов, речей и мультимедиапрезентаций.</li> </ul>
ОПК-3	Владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках	Начальный этап (знания)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные правила грамматики и нормы стилистики русского и иностранного языков;</li> <li>- знать базовую лексику общего языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную терминологию своей широкой и узкой специальности на русском и иностранном языке;</li> <li>- принципы использования различных функциональных стилей и жанров для создания текста в зависимости от целеполагания;</li> <li>- основные правила и приемы копирайтинга;</li> <li>- основные приемы литературного редактирования текста;</li> <li>- правила подготовки текста к профессиональному использованию.</li> </ul>
		Продвинутый этап (умения)	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать различные виды профессиональных текстов и работать с ними;</li> <li>- использовать возможности функциональных стилей в процессе составления и редактирования документов в сфере профессиональной деятельности;</li> <li>- редактировать тексты в соответствии с законами копирайтинга.</li> <li>- активно владеть наиболее употребительной (базовой) грамматикой и синтаксическими конструкциями, характерными для профессиональной речи; понимать устную (монологическую и диалогическую) речь на иностранном языке на профессиональные и специальные темы;</li> <li>- знать базовую лексику общего языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную терминологию своей широкой и узкой специальности на русском и иностранном языках.</li> </ul>
		Завершающий этап (навыки)	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- свободно грамотной литературной устной и письменной речью на русском языке;</li> <li>- навыками литературного редактирования и копирайтинга;</li> <li>- навыками создания профессиональных и официально-деловых текстов в сфере рекламы и PR на русском и иностранном языках;</li> <li>- деловой коммуникацией в профессиональной сфере на русском и иностранном языках.</li> </ul>
ОПК-4	Способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных	Начальный этап (знания)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- языковые средства (лексические, грамматические, фонетические), на основе которых совершенствуются базовые умения говорения, аудирования, чтения и письма (не менее 2500 лексических единиц, из них не менее 1200 активно); знание грамматической и синтаксической структуры языка;</li> <li>- требования к речевому и языковому оформлению устных и</li> </ul>

	задач для решения профессиональных вопросов		<p>письменных текстов с учетом специфики иноязычной культуры;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знания, необходимые для использования языка в социальном контексте (речевой этикет, формулы вежливости, обращения, регистры общения);</li> <li>- знать лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную терминологию своей широкой и узкой специальности.</li> </ul>
		Продвинутый этап (умения)	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понимать устную (монологическую и диалогическую) речь на бытовые и профессиональные темы;</li> <li>- понимать в подробностях нормативную речь в устной и письменной формах в рамках знакомой профессиональной тематики;</li> <li>- принимать активное участие в обсуждениях или переписке на профессиональную тему, самостоятельно понимая собеседника, иногда уточняя отдельные детали.</li> </ul>
		Завершающий этап (навыки)	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- активно владеть наиболее употребительной (базовой) грамматикой и основными грамматическими явлениями, характерными для профессиональной речи;</li> <li>- способностью передавать профессиональную информацию в устной и письменной формах как по конкретной, так и по абстрактной тематике, ясно и четко выражая мысль, успешно приспосабливаясь к адресату сообщения;</li> <li>- стратегиями обмена информацией на темы из области профессиональных интересов в устной и письменной формах.</li> </ul>
ОПК-5	Владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках	Начальный этап (знания)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы и психологические особенности делового общения, в том числе на иностранных языках;</li> <li>- деловую и речевую культуру России и зарубежных стран;</li> <li>- основы этики, психологии, теории межличностных отношений;</li> <li>- нравственные нормы, существующие в обществе;</li> <li>- этические принципы профессиональной деятельности;</li> <li>- нормы профессионального этикета.</li> </ul>
		Продвинутый этап (умения)	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать в практической деятельности знания в области этики межличностных отношений;</li> <li>- применять принципы эмоциональной саморегуляции;</li> <li>- вести деловое общение в интернациональной среде.</li> </ul>
		Завершающий этап (навыки)	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками решения профессиональных задач с учётом этических аспектов в процессе общения, в том числе на иностранных языках;</li> <li>- этикой межличностных отношений и эмоциональной саморегуляции;</li> <li>- способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран в деловом общении.</li> </ul>
ОПК-6	Владение методами делового общения в интернациональной среде,	Начальный этап (знания)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику различных (этнических и национальных) культур;</li> <li>- основные проблемы взаимодействия в многоэтнических и интернациональных группах;</li> <li>- особенности деловой культуры зарубежных стран.</li> </ul>

	способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран	Продвинутый этап (умения)	<b>Уметь:</b> - адаптироваться к условиям работы в составе многоэтнических и интернациональных групп; - соблюдать этику межличностных отношений и работы в коллективе, деловой и речевой этикет.
		Завершающий этап (навыки)	<b>Владеть:</b> - навыками работы в многоэтнических и интернациональных группах; - деловой культурой зарубежных стран.
ОПК-7	Способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности		<b>Знать:</b> - теоретические основы информатики и информационных технологий; - методы и способы поиска, получения, хранения, переработки информации; - современные компьютерные технологии и программное обеспечение, применяемые при сборе, хранении, обработке, анализе информации; - основные прикладные программы, устанавливаемые на ПК; - структуру локальных и глобальных компьютерных сетей; принципы функционирования современных глобальных компьютерных сетей; - основы электронного документооборота; технологии и нормативные основы работы с электронными документами; - принципы информационной безопасности, основные угрозы информационной безопасности, методы защиты информации при работе с ПК; методы и критерии оценки эффективности мероприятий по защите информации.
			<b>Уметь:</b> - работать с графической оболочкой ОС Windows; создавать и редактировать документы различного уровня сложности в редакторе MS Word; создавать электронные таблицы Microsoft Excel; создавать презентации в среде Microsoft Power Point; создавать базы данных с помощью СУБД MS Access; - выбирать и применять адекватные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности; - осуществлять поиск информации профессионального характера по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных задач; - преобразовывать данные из одного формата в другой и создавать комплексные документы с использованием различных приложений; - внедрять современные интернет-технологии в профессиональную деятельность; - планировать мероприятия по защите информации, исходя из известных угроз и финансовых возможностей предприятия, рассчитывать эффективность мероприятий по защите информации; - самостоятельно приобретать с новые знания с использованием современных образовательных информационных технологий.
			<b>Владеть:</b> - навыками практического использования современных информационно-коммуникационных технологий; способностью работать в глобальных компьютерных сетях; - профессиональными навыками в применении

			<p>программных средств составления, хранения, маршрутизации электронных документов в среде системы управления документооборотом;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками работы в сети Интернет, борьбы с компьютерными вирусами;</li> <li>- навыками постановки дизайнерской задачи и ее практического решения при различных условиях, творческих и технических требованиях;</li> <li>- навыками создания и продвижения web-сайтов, осуществления профессиональной деятельности с использованием блогов и социальных сетей.</li> </ul>
ОПК-8	<p>Готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении</p>		<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- форму правления, государственного устройства и политического режима в РФ и в зарубежных странах;</li> <li>- основные понятия и категории конституционного права; основы конституционного строя России и зарубежных стран, модели важнейших институтов конституционного права, современные тенденции развития конституционного процесса России и зарубежных стран;</li> <li>- особенности формы, структуры и содержания законодательства РФ;</li> <li>- предмет, методы регулирования, механизм реализации законодательства в профессиональной сфере (реклама, связи с общественностью, СМИ) России;</li> <li>- особенности законодательства в профессиональной сфере в зарубежных странах;</li> <li>- основы правового положения граждан в РФ и в зарубежных странах;</li> </ul>
			<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оперировать юридическими понятиями и категориями;</li> <li>- уметь определять правовое содержание конституционных прав и свобод человека и гражданина, практически применять правовые механизмы охраны и защиты таких прав и свобод;</li> <li>- самостоятельно ориентироваться в конституционном законодательстве России и зарубежных стран;</li> <li>- осуществлять комплексный сравнительно-правовой анализ нормативных правовых актов России и зарубежных стран;</li> <li>- анализировать юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения в профессиональной сфере;</li> <li>- юридически грамотно квалифицировать факты и обстоятельства профессиональной деятельности.</li> </ul>
			<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- юридической терминологией;</li> <li>- навыками анализа различных правовых явлений, юридических фактов, правовых норм и правовых отношений в профессиональной сфере;</li> <li>- способностью реализовывать на практике свои законные права, в том числе права личности при уважении к правам других.</li> </ul>
ОПК-9	<p>Способность нести персональную ответственность за результаты своей</p>		<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ценностные основы профессиональной деятельности; правовые нормы реализации профессиональной деятельности; сущности и структуры профессиональной сферы;</li> <li>- основы профессиональной этики и общественной морали.</li> </ul>



	профессиональной деятельности		<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать принимаемые управленческие решения с правовых и нравственных позиций;</li> <li>- осуществлять самоанализ своей профессиональной деятельности, добиваться поставленных целей;</li> <li>- определять и развивать мотивацию и самомотивацию к профессиональному росту.</li> </ul>
			<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками профессиональной рефлексии, профессионального самосовершенствования;</li> <li>- навыками оценки собственных решений с морально-этической и правовой точки зрения.</li> </ul>
<b><u>профессиональные компетенции (ПК)</u></b>			
<b>Организационно-управленческая деятельность:</b>			
ПК-1	Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	Начальный этап (знания)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- роль и возможности практического использования PR в различных сферах человеческой деятельности: в экономике, политике, культуре и спорте и др.;</li> <li>- принципы, технологии и правила, проектирования и создания рекламы и работы в сфере связей с общественностью (в том числе композицию рекламного или PR-продукта, выразительные и художественные средства рекламы, приемы и принципы составления рекламного текста; технические и программные средства для компьютерной обработки рекламы);</li> <li>- основы формирования имиджа организации, персоны, сферы; основные технологии продвижения товаров и услуг на рынок;</li> <li>- основы, принципы и формы организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;</li> <li>- основы медиапланирования, а также стратегического и оперативного планирования рекламной работы и деятельности по связям с общественностью;</li> <li>- психологический механизм воздействия рекламы и экономические показатели рекламной кампании; методики оценки эффективности рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью.</li> </ul>
		Продвинутый этап (умения)	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить исследование предпочтений целевых групп потребителей, анализировать результаты исследований;</li> <li>- осуществлять поиск различных решений при создании и продвижении рекламного продукта/бренда/имиджа организации или персоны; - анализировать возможные PR-ситуации, моделируя ту или иную PR-кампанию с ее эффективными средствами и методами;</li> <li>- составлять планы и графики рекламных, информационных, пропагандистских кампаний и мероприятий, разрабатывать техническое исполнение;</li> <li>- работать в кризисных ситуациях, адаптироваться в условиях стресса, обладая для этого определенными профессиональными PR-навыками (изучив возможные модели кризисных PR);</li> <li>- оценивать результаты и эффективность PR-деятельности.</li> </ul>

		Завершающий этап (навыки)	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- творческими технологиями для поиска идеи и планирования эффективной PR-кампании;</li> <li>- навыками сбора, анализа и интерпретации информации для принятия стратегических решений, работы в кризисных PR, а также планирования и проведения PR-кампании;</li> <li>- навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;</li> <li>- навыком разработки средств продвижения рекламного продукта или организации; навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности и общественностью;</li> <li>- навыком разработки маркетинговой части бизнес-плана;</li> <li>- навыком выявления требований целевых групп потребителей, а также методиками оценки эффективности рекламной кампании и мероприятий в сфере СО.</li> </ul>
ПК-2	Способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий	Начальный этап (знания)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- закономерности функционирования отдела по связям с общественностью на предприятиях, принципы организации и планирования деятельности структуры по рекламе и связям с общественностью; основы тайм-менеджмента;</li> <li>- культурологические, социальные и психологические аспекты кросс-культурных коммуникаций; основы планирования и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом национальной и культурной специфики;</li> <li>- этапы планирования коммуникационных кампаний с учетом специфики источника коммуникации (рекламодателя) и специализацией коммуникационной кампании (РА, рекламной службой предприятия);</li> <li>- методы осуществления коммуникационных кампаний с учетом использования разных средств рекламы и СО; особенности развития и перераспределения коммуникационных потоков в различных сферах; алгоритмы практического применения методов, технологий и инструментов анализа, планирования и реализации кампаний по рекламе и СО;</li> <li>- инструменты и технологии СО и рекламы в планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий в различных сферах общественной жизни;</li> <li>- способы расчета сроков проведения кампании и мероприятий, графика выхода материалов (медиапланирование).</li> </ul>
		Продвинутый этап (умения)	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать концепции коммуникационных программ в соответствии со спецификой различных сфер общественной жизни;</li> <li>- составлять план и организовывать коммуникационные кампании и мероприятия с учетом национальной и культурной специфики;</li> <li>- формировать и прорабатывать этапы плана коммуникационных кампаний;</li> <li>- осуществлять рациональный выбор технологий СО и рекламы применительно к различным сферам общественной жизни и отраслям производства при планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>- применять организационные и руководящие навыки в</li> </ul>

			<p>процессе осуществления коммуникационной кампании различных направлений;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- руководить процессом медиапланирования.</li> </ul>
		Завершающий этап (навыки)	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками формирования плана коммуникационной кампании с учетом бюджета, пожеланий заказчика, специфики целевой аудитории, технологий производства рекламных и СО- материалов;</li> <li>- навыками организации и проведения коммуникационных кампаний в различных отраслях с учетом культурных, социальных и психологических особенностей регионов, в которых они реализуются;</li> <li>- навыками межличностного общения в профессиональной среде, составления деловой документации исходя из специфики организуемой коммуникационной кампании и мероприятия.</li> </ul>
ПК-3	Способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	Начальный этап (знания)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретико-методологические основы построения эффективного взаимодействия субъектов социальной среды;</li> <li>- теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков; назначение, характер, содержание, технологические приемы и особенности отечественного бизнес-планирования;</li> <li>- алгоритмы практического применения методов, технологий и инструментов анализа, планирования и реализации кампаний по рекламе и СО;</li> <li>- специфику и проблематику креатива в рекламе и СО; основы организации и управления процессом коллективного и индивидуального поиска идеи; современные методы генерирования идеи рекламы и СО и средства креативного поиска идеи;</li> <li>- типы проектной документации, их жанровые, композиционные и стилистические особенности; основные требования составления проектной документации;</li> <li>- методы оценки эффективности кампаний по рекламе и СО; специфику проведения коммуникационных кампаний.</li> </ul>
		Продвинутый этап (умения)	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вычленять социальные факторы коммуникации; осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями и службами;</li> <li>- анализировать рыночные изменения, события, делать выводы и разрабатывать стратегические планы; прогнозировать бизнес-процессы в сфере профессиональной деятельности;</li> <li>- выбирать и применять методы генерирования идеи и средства креативного поиска для управления коллективным и личностным творческим процессом;</li> <li>- самостоятельно ставить задачи поиска идеи и разработки концепции коммуникационной кампании;</li> <li>- ориентироваться в современной документации и выстраивать план проектной документации.</li> <li>- оценивать эффективность коммуникационных кампаний и мероприятий и вносить корректировки в процессе их реализации.</li> </ul>
		Завершающий этап (навыки)	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками формирования эффективных внутренних коммуникаций, тактиками личностной и коллективной коммуникации; способностью к выработке нестандартных</li> </ul>

			<p>решений;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками использования методов генерации идеи и средств креативного поиска в процессе коллективного и личного творческого процесса; опытом формирования стратегий и творческой проработки коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>- навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) на основе маркетинговых исследований и оценки внутренних ресурсов организации для эффективного управления бизнес-проектами;</li> <li>- правовыми и этическими нормами при составлении проектной документации;</li> <li>- навыками оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий.</li> </ul>
ПК-4	Способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность	Начальный этап (знания)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы создания эффективной команды и подбора специалистов; средства активизации и оптимизации деятельности персонала рекламной и PR-службы;</li> <li>- основы репутационного менеджмента; стили руководства коллективной деятельностью; принципы, специфику и проблематику управления творческим процессом;</li> <li>- теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков; принципы стратегического и тактического планирования деятельности рекламной и PR-службы организации;</li> <li>- средства контроля, обеспечения качества и повышения эффективности коллективной деятельности в рамках проекта; принципы и критерии оценки эффективности работы рекламной и PR-службы организации.</li> </ul>
		Продвинутый этап (умения)	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- идентифицировать и формулировать проблемы функционирования организации; синтезировать и критически резюмировать информацию для принятия управленческих решений, в том числе в оперативном режиме в ситуациях риска;</li> <li>- организационно и информационно поддерживать функционирование систем управления; управлять творческим коллективом; планировать и активизировать деятельность персонала рекламной и PR-службы;</li> <li>- выбирать оптимальные формы организации бизнеса, находить источники повышения конкурентоспособности; осуществлять руководство коммуникационными кампаниями различного направления;</li> <li>- оценивать результаты и эффективность работы персонала рекламной и PR-службы.</li> </ul>
		Завершающий этап (навыки)	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; навыками ведения проектов, управления действиями членов проекта</li> <li>- методиками анализа информации в целях экономического обоснования управленческих решений; навыками экспертной оценки и стратегического планирования; аналитическими методиками в целях оптимизации работы персонала;</li> <li>- навыками активизировать, оптимизировать и катализировать деятельность коллектива в рамках проекта с</li> </ul>

			целью повышения эффективности его работы.
ПК-5	Способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность	Начальный этап (знания)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы социальной психологии, психологии межличностных отношений, психологии больших и малых групп;</li> <li>- основные проблемы взаимодействия в многоэтнических и интернациональных группах;</li> <li>- виды и субъективные причины конфликтов; стили управления конфликтом; методы предупреждения и профилактики конфликтов; подходы к выработке нестандартных решений;</li> <li>- принципы управления персоналом организации; основы репутационного менеджмента; принципы оценки эффективности работы коллектива коммуникационного агентства.</li> </ul>
		Продвинутый этап (умения)	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- управлять процессами, малыми группами, формировать корпоративную культуру в коллективе;</li> <li>- формировать социальную ответственность в коллективе; оперативно принимать организационно-управленческие решения, в том числе в кризисных ситуациях;</li> <li>- соблюдать этику межличностных отношений и работы в коллективе, деловой и речевой этикет;</li> <li>- распознавать конфликтные ситуации в коллективе; работать с персоналом в целях предупреждения конфликтов; разрешать проблемы, приводящие к конфликтам;</li> <li>- грамотно строить коммуникацию в конфликтных ситуациях; устранять конфликты, не являющиеся по природе разрушительными; вырабатывать нестандартные решения в области трудовых конфликтов;</li> <li>- оценивать производительность и качество работы персонала и предпринимать корректирующие меры.</li> </ul>
		Завершающий этап (навыки)	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками ведения проектов; умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей;</li> <li>- навыком вычленять главные факторы, влияющие на успешность социального взаимодействия в нестандартных ситуациях, адекватно оценивать последствия выбранной стратегии;</li> <li>- навыками работы в многоэтнических и интернациональных группах; навыками своевременного распознавания и устранения конфликтных ситуаций;</li> <li>- методами и приемами осуществления профилактики трудовых, межэтнических, межконфессиональных и пр. конфликтов; различными методами предупреждения и разрешения конфликтов внутри коллектива;</li> <li>- способами выработки нестандартных решений; приемами воспитания толерантности в коллективе.</li> </ul>
ПК-6	Способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них	Начальный этап (знания)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы формирования рекламной и PR-службы и их отдельных подразделений; технологии управления рекламной и PR-службы, принципы стратегического и тактического планирования;</li> <li>- понятие, функции, способы функционирования и типы</li> </ul>

	ОТВЕТСТВЕННОСТЬ		<p>корпоративной культуры; технологии формирования корпоративной культуры; принципы создания, цели и задачи корпоративных СМИ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологические, юридические и этические основы принятия организационно-управленческих решений;</li> <li>- основные подходы, принципы и методы принятия организационно-управленческих решений в условиях различного рода неопределенности и риска, в том числе для кризисных ситуаций, меру ответственности при их принятии.</li> </ul>
		Продвинутый этап (умения)	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- самостоятельно проводить анализ конкурентной среды рекламной и PR-службы; применять конкретные юридические, этические и управленческие знания и умения в конкретной ситуации;</li> <li>- создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации; формировать и поддерживать корпоративную культуру; исследовать сложившуюся корпоративную культуру и разрабатывать способы ее преобразования;</li> <li>- аргументировать свою позицию в ходе деловых переговоров, устанавливать деловые отношения, проводить деловые переговоры, осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями и службами;</li> <li>- своевременно и быстро принимать управленческие решения в состоянии стресса и ограниченного времени, нести ответственность за управленческие решения в процессе работы;</li> <li>- переоценивать накопленный опыт и принимать нестандартные решения.</li> </ul>
		Завершающий этап (навыки)	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; навыком эффективной презентации своего проекта и разрабатываемого под его руководством проекта;</li> <li>- навыками экспертной оценки и стратегического планирования; навыками организации эффективной внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; навыками использования инструментария при выборе технологии социального воздействия с учетом конкретных условий ее осуществления;</li> <li>- проводить анализ проблемы выбора наилучшего решения и применять соответствующие методы анализа, синтеза и выбора наилучших альтернатив.</li> <li>- навыками формулирования управленческой задачи, различными методами выработки управленческих решений при работе в коммуникационном агентстве; способами осуществления принятых в рекламной и PR-службе управленческих решений;</li> <li>- методами исследования системы внешних и внутренних коммуникаций; способами диагностики типа корпоративной культуры; методами формирования и поддержания корпоративной культуры.</li> </ul>

ПК-7	Способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях	Начальный этап (знания)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы консалтинга, прогнозирования, теорию и виды рисков, методы их прогнозирования и обнаружения;</li> <li>- задачи и методы управленческого консультирования в рекламе и связях с общественностью; методы оценки результативности консультирования, направленного на помощь и организацию формирования политики риск-менеджмента в рекламе и связях с общественностью;</li> <li>- экономические, юридические и этические особенности организационно-управленческих решений, в том числе для кризисных ситуаций, меру ответственности при их принятии.</li> </ul>
		Продвинутый этап (умения)	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать коммуникационные аспекты и процессы деятельности организации в выбранной сфере; анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий;</li> <li>- грамотно описывать ситуации стратегического или тактического развития бренда в условиях конкурентной борьбы и неопределенности.</li> <li>- использовать законодательные, нормативные и методические документы в процессе принятия организационно-управленческих решений;</li> <li>- консультировать по вопросам прогнозирования и предотвращения рисков и оказывать помощь в разработке эффективных стратегий и политики риск-менеджмента в управлении коммуникационным агентством.</li> </ul>
		Завершающий этап (навыки)	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами анализа кризисных ситуаций и нестандартных решений;</li> <li>- навыками решения проблем в кризисных ситуациях в процессе управления коммуникационным агентством и осуществления коммуникационного проекта;</li> <li>- опытом выявления рисков разной степени сложности в различных рыночных ситуациях;</li> <li>- навыками организационно-управленческой работы в коммуникационном процессе, в том числе в кризисных ситуациях;</li> </ul>
ПК-8	Способность оценивать затраты и результаты деятельности	Начальный этап (знания)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные характеристики и специфические отличия методов сбора информации; принципы отбора и упорядочения собранных материалов путем их систематизации;</li> <li>- теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков;</li> <li>- теоретические основы оценки затрат и результатов работы фирмы;</li> <li>- основные методы оценки затрат и результативности осуществления коммуникационной кампании с точки зрения ее вклада в эффективность деятельности организации.</li> </ul>
		Продвинутый этап (умения)	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- задавать параметры наблюдения, опроса и анкетирования; четко определять проблему, формировать цели и задачи маркетингового эксперимента, его объект и предмет;</li> <li>- планировать финансовые потоки, рассчитывать затраты и составлять смету расходов на осуществление коммуникационной кампании и мероприятий;</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать эффективность реализации коммуникационной кампании и мероприятий;</li> <li>- находить новые источники повышения конкурентоспособности и пути решения проблемы ресурсного потенциала предприятия;</li> <li>- применять полученные знания в стандартных ситуациях.</li> </ul>
		Завершающий этап (навыки)	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- средствами, формами и технологиями аналитического исследования и статистической обработки данных; навыками оценки информации и подготовки принятия решений по законам диалектики, формальной логики, с применением общенаучных методов исследования;</li> <li>- навыками составления бюджета коммуникационной кампании и соотнесения его с финансовыми возможностями организации;</li> <li>- методами оценки затрат и эффективности коммуникационных программ и мероприятий.</li> </ul>
ПК-9	Способность к выработке нестандартных решений	Начальный этап (знания)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности и виды нестандартных ситуаций;</li> <li>- основные теоретические подходы и практические приемы по выработке нестандартных решений;</li> <li>- требования к представлению идеи, критерии оценки и выбора идеи рекламы; - визуальные и вербальные аспекты составления и оформления рекламных и СО-продуктов в соответствии с требованиями заказчиков и целевой аудитории;</li> <li>- междисциплинарные методы поиска инновационных решений.</li> </ul>
		Продвинутый этап (умения)	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- модифицировать традиционные и разрабатывать новые методы и средства генерации рекламных идей в целях выработки нестандартных решений, развивать собственные креативные способности;</li> <li>- самостоятельно оценивать результаты творческого процесса по выработке новых идей; делать эскизы, выработать концепцию и проектировать рекламный и СО-продукт;</li> <li>- выявлять перспективные направления в развитии рекламных и СО коммуникаций; понимать вопросы и проблемы развития инноваций и инновационной деятельности;</li> <li>- вырабатывать нестандартные решения в области трудовых конфликтов; находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях.</li> </ul>
		Завершающий этап (навыки)	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- опытом выработки рекламных идей и нестандартных решений; навыками эскизирования и выработки общей концептуальной основы коммуникационных посланий рекламы и СО.</li> <li>- навыками применения теории инноваций к разработке и реализации инновационных программ и проектов в области рекламы и СО;</li> <li>- приемами стимулирования креативно- инновационной деятельности.</li> </ul>
ПК-10	Способность применять перспективные теории и	Начальный этап (знания)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия экономики, менеджмента и маркетинга;</li> <li>- основные результаты новейших исследований по проблемам экономики, менеджмента и маркетинга;</li> </ul>



	приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга		<ul style="list-style-type: none"> <li>- основные модели поведения экономических агентов и рынков; подходы, применяемые при решении экономических задач;</li> <li>- методы построения экономических моделей; методы расчета и анализа основных экономических показателей проектов и сетей;</li> </ul>
		Продвинутый этап (умения)	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать экономические явления и процессы, выявлять проблемы экономического характера;</li> <li>- разрабатывать и оценивать планы, проекты с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и иных ограничений;</li> <li>- применять инновационный подход при разработке;</li> <li>- применять методы анализа и моделирования при решении экономических задач и оценки эффективности проектов;</li> <li>- анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы.</li> </ul>
		Завершающий этап (навыки)	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологией экономического исследования;</li> <li>- современными методами организации малого коллектива для реализации экономических проектов;</li> <li>- современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей экономического проекта.</li> </ul>
ПК-11	Способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов	Начальный этап (знания)	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы, принципы и методики анализа и прогнозирования в профессиональной сфере;</li> <li>- основы теории инноваций и инновационной деятельности; инновационные подходы, методы и технологии, используемые в рекламе и СО в настоящее время; основы планирования и проектирования инновационной деятельности в сфере рекламы и СО;</li> <li>- методы разработки стратегических концепций и бизнес-планов, программ инновационной деятельности, заданий на их разработку; программные средства планирования и управления проектами, возможности прикладных программ для создания проектов;</li> <li>- жанровые и стилистические особенности проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, бриф на креатив, соглашение, договор, контракт, аналитических справок, обзоров и прогнозов); правила составления проектной документации;</li> <li>- принципы подготовки проектной документации на основе маркетинговых исследований и оценки внутренних ресурсов организации для эффективного управления бизнес-проектами;</li> <li>- принципы, средства и методы информационного сопровождения проектов;</li> </ul>
		Продвинутый этап (умения)	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить ситуационный анализ рынка инноваций в сфере коммуникации, рекламы и PR, продукта рекламной деятельности и работы в сфере СО, маркетинговых тенденций профессионального сегмента рынка; прогнозировать последствия процессов и явлений в профессиональной сфере;</li> <li>- писать аналитические справки, обзоры и прогнозы на профессиональные темы.</li> <li>- разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы</li> </ul>

		<p>проектов, планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать технико-экономические обоснования инновационных проектов, программы инновационной деятельности; выбирать необходимые методы сопровождения; оценивать их качество и эффективность.</li> </ul>
	Завершающий этап (навыки)	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками составления аналитической и прогностической документации в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;</li> <li>- навыками применения теоретических положений теории инноваций к разработке и реализации инновационных программ и проектов в области рекламы и СО;</li> <li>- навыками планирования и разработки исследовательских и проектных работ, стратегических концепций и бизнес-планов, программ инновационной деятельности;</li> <li>- навыками оценки затрат проектной деятельности, разработки технико-экономического обоснования инновационных проектов, оценки эффективности проектной деятельности;</li> <li>- процедурой информационного сопровождения инновационных программ и проектов.</li> </ul>
	Завершающий этап (навыки)	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками библиографической работы с привлечением современных информационных технологий: навыки работы с источниками информации, а также рецензирования и реферирования научных трудов;</li> <li>- навыками проведения конкретных исследований в рамках работ по научным темам, публичных выступлений;</li> <li>- навыками грамотного изложения результатов собственных научных исследований (отчеты, рефераты, статьи, тезисы, доклады и др.);</li> <li>- способностью критического осмысления результатов собственных исследований;</li> <li>- навыками подготовки и написания научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации;</li> <li>- способностью аргументировано защищать и обосновывать полученные результаты исследований; внедрять полученные результаты в профессиональную практику.</li> </ul>

**Показателями** оценивания компетенций являются знания, умения и навыки, освоенные при прохождении производственной практики.

### **Шкала оценивания, в зависимости от уровня сформированности компетенций**

<b>Уровень сформированности компетенций</b>
---

<p><b>«недостаточный»</b> Компетенции не сформированы. Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы</p>	<p><b>«пороговый»</b> Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.</p>	<p><b>«продвинутый»</b> Компетенции сформированы. Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.</p>	<p><b>«высокий»</b> Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка</p>
--	--	---	--

**Описание критериев оценивания**

<p>– выполнено <b>менее 60%</b> заданий, предусмотренных в индивидуальном задании на производственную практику; – не подготовлен отчет по производственной практике или структура отчета не соответствует рекомендуемой; – в процессе защиты отчета обучающийся демонстрирует низкий уровень коммуникативности, неверно интерпретирует результаты выполненных заданий. – в характеристике профессиональной деятельности обучающегося в период прохождения практики отмечена несформированность знаний, умений и навыков, предусмотренных программой практики</p>	<p>– выполнено <b>60%-69%</b> заданий в предусмотренных в индивидуальном задании на производственную практику; – структура отчета не в полной мере соответствует рекомендуемой; – обучающийся в процессе защиты испытывает затруднения при ответах на вопросы руководителя от Университета, не способен ясно и четко изложить суть выполненных заданий и обосновать полученные результаты. – в характеристике профессиональной деятельности обучающегося в период прохождения практики отмечена сформированность не менее 50% знаний, умений и навыков, предусмотренных</p>	<p>– выполнено <b>70-89%</b> заданий, предусмотренных в индивидуальном задании на производственную практику; задания выполнены с отдельными погрешностями, что повлияло на качество анализа полученных результатов; – структура отчета соответствует рекомендуемой; – в процессе защиты отчета последовательно, достаточно четко изложил основные его положения, но допустил отдельные неточности в ответах на вопросы руководителя практики от Университета. – в характеристике профессиональной деятельности обучающегося в период прохождения практики отмечена сформированность</p>	<p>– выполнено <b>90-100%</b> заданий, предусмотренных в индивидуальном задании на производственную практику; – структура отчета соответствует рекомендуемой, все положения отчета сформулированы правильно, использованы корректные обозначения используемых в расчетах показателей. В результате анализа выполненных заданий, сделаны правильные выводы; – в процессе защиты отчета последовательно, четко и логично обучающийся изложил его основные положения и грамотно ответил на вопросы руководителя практики от Университета</p>
--	---	---	---

	программой практики	основных знаний, умений и навыков, предусмотренных программой практики	– в характеристике профессиональной деятельности обучающегося в период прохождения практики отмечена сформированность всех знаний, умений и навыков, предусмотренных программой практики.
<b>Оценка</b> «неудовлетворительно»	«зачтено» с оценкой «удовлетворительно»	«зачтено» с оценкой «хорошо»	«зачтено» с оценкой «отлично»

Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания (в баллах)
<b>Недостаточный:</b> Компетенции не сформированы. Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы	Менее 60
<b>Пороговый :</b> Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка	60-69
<b>Базовый:</b> Компетенции сформированы. Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	70-89
<b>Высокий:</b> Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка	90-100

### 13. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики

Основная литература:	Ресурс
1. Шарков Ф.И. «Интегрированные коммуникации: реклама, публичный рилейшнз, брендинг», изд-во Дашков и К., 2018	<a href="http://znanium.com/catalog/product/342869">http://znanium.com/catalog/product/342869</a>
2. Егорова Е. С. Интернет-журналистика и интернет-реклама: Учебное пособие / Шпаковский В.О., Розенберг Н.В., Егорова Е.С. - Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с.	<a href="http://znanium.com/catalog/product/989631">http://znanium.com/catalog/product/989631</a>
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.	10
<b>Дополнительная литература:</b>	
4. Евстафьев В. А. Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров/ В.А.Евстафьев - М.: Дашков и К, 2016. - 512 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-394-02549-5, 1000 экз. - Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog/product/520466">http://znanium.com/catalog/product/520466</a>	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>
5. 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.: Стандартиформ, 2012. – 20 с. - URL: <a href="http://protect.gost.ru/document.aspx?control=7&amp;id=130946">http://protect.gost.ru/document.aspx?control=7&amp;id=130946</a>	

#### *Перечень программного обеспечения и информационно-коммуникационной сети «Интернет»*

1. Операционные системы Windows, стандартные офисные программы.
2. Законодательно-правовая электронно-поисковая база.
3. Электронные версии учебников, пособий, методических разработок, указаний и рекомендаций по всем видам учебной работы, предусмотренных вузовской рабочей программой, находящихся в свободном доступе для студентов.
4. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».
5. Презентации лекций по модулям и темам дисциплины.
6. Прикладные пакеты работы с растровой и векторной графикой, обработки звука и видео: Adobe Photoshop; Adobe Illustrator; Correl Draw; Adobe Premier; Adobe AfterEffects; Autodesk 3D Studio MAX; Pixologic Sculptrys.
7. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:
  - Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU» [сетевой ресурс] режим доступа: <http://www.elibrary.ru>; электронно-библиотечная система «Znanium.com» [сетевой ресурс] режим доступа: <http://znanium.com>; национальный цифровой ресурс «Руконт» [сетевой ресурс] режим доступа: [http:// rucont.ru](http://rucont.ru).
  - Системные поисковые службы: *Rambler.ru*; *Google.ru*; *Yandex.ru* и др.
  - Официальные сайты компаний «Adobe» (<http://www.adobe.com>), Autodesk» (<http://www.autodesk.com>), «Pixologic» (<http://www.pixologic.ru>).
8. [www.nazaykin.ru](http://www.nazaykin.ru). Узнай о рекламе больше.
9. [www.advi.ru](http://www.advi.ru). Рекламные идеи - электронный журнал для практиков рекламы и маркетинга

#### **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; 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. Рекомендации по организации практики обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на основании письменного заявления практика реализуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее - индивидуальных особенностей); обеспечивается соблюдение следующих общих требований: использование специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего такому обучающемуся необходимую техническую помощь, обеспечение доступа в здания и помещения, где проходит практика, другие условия, без которых невозможно или затруднено прохождение практики по письменному заявлению обучающегося.

При реализации практики на основании письменного заявления обеспечивается соблюдение следующих общих требований: проведение практики для студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся; присутствие в ассистента (ассистентов), оказывающего(их) обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей; пользование необходимыми обучающимся техническими средствами с учетом их индивидуальных особенностей.

Все локальные нормативные акты Московского государственного университета технологий и управления им. К.Г. Разумовского по вопросам реализации практики доводятся до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме.

Предусмотрена возможность обучения по индивидуальному графику, при составлении которого возможны различные варианты проведения занятий: в академической группе и индивидуально, на дому с использованием дистанционных образовательных технологий.

Основной формой в дистанционном обучении является индивидуальная форма обучения. Главным достоинством индивидуального обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья является то, что оно позволяет полностью индивидуализировать содержание, методы и темпы учебной деятельности инвалида, следить за каждым его действием и операцией при решении конкретных задач; вносить вовремя необходимые коррекции как в деятельность студента-инвалида, так и в деятельность преподавателя.

Дистанционное обучение также обеспечивает возможности коммуникаций не только с преподавателем, но и с другими обучаемыми, сотрудничество в процессе познавательной деятельности.

При прохождении практики используются следующие организационные мероприятия:

- использование возможностей сети «Интернет» для обеспечения связи с обучающимися, предоставления им необходимых материалов для самостоятельного изучения, контроля текущей успеваемости и проведения тестирования.
- проведение видеоконференций, консультаций, и т.д. с использованием программ, обеспечивающих дистанционный контакт с обучающимся в режиме реального времени.
- предоставление электронных учебных пособий, включающих в себя основной материал по дисциплинам включенным в ОП.
- предоставление видеоматериалов, позволяющих изучать материал курса дистанционно.
- использование программного обеспечения и технических средств, имеющих функции адаптации для использования лицами с ограниченными возможностями.

## 16. Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Актуализирована в соответствии с вступлением в силу Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки <b>42.04.01. Реклама и связи с общественностью (уровень магистратуры)</b> , утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.04.2015 № 372 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки <b>42.04.01. Реклама и связи с общественностью (уровень магистратуры)</b> »	Протокол заседания кафедры № 9 от «15» апреля 2015 г.	01.09.2015
2.	Актуализирована с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, техники, технологий и социально сферы	Протокол заседания кафедры № 1_ от «28» августа 2016 г.	01.09.2016
3.	Утверждено экспертное заключение об актуальности рабочей программы учебной дисциплины «Психология управленческой деятельности» по направлению подготовки <b>42.04.01. Реклама и связи с общественностью (уровень магистратуры)</b>	Протокол заседания кафедры № 1 от «28» августа 2017 г.	01.09.2017
4.	Актуализирована с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, техники, технологий и социально сферы	Протокол заседания кафедры № 7_ от «26» февраля 2018 года	27.02.2018_