

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Сочинский государственный университет»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
в форме практической подготовки

Проектно-аналитическая практика

(указывается название по учебному плану)

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника магистр
(бакалавр/специалист, магистр)

Магистерская программа «Маркетинговые коммуникации в государственных и бизнес-структурах»

Форма обучения очно-заочная
(очная, очно-заочная и др.)

Выпускающая кафедра Общей психологии и социальных коммуникаций

Зав. кафедрой 
к.псих.н., доцент Шуванов И.Б.

Составитель 
к.э.н. Круглова М.С.

Сочи 2024

Программа производственной практики «Проектно-аналитическая практика» в форме практической подготовки составлена: в соответствии с требованиями ФГОС ВО 3++ по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации № 528 от 08.06.2017 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - Магистерская программа: «Маркетинговые коммуникации в государственных и бизнес-структурах» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и с учетом рекомендаций по направлению подготовки, на основании учебного плана направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» Магистерская программа: «Маркетинговые коммуникации в государственных и бизнес-структурах»

Программу практики составила:
к.т.н., доцент кафедры ОПиСК



М.С. Круглова

Внешний эксперт:



Каменская К.С. зам. директора
Ф.И.О., должность, место работы

Программа практики в форме практической подготовки рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Общей психологии и социальных коммуникаций
протокол № 7 от «04» марта 2024 г.

Руководитель ОПОП



С.С.Марочкина

Программа производственной практики «Проектно-аналитическая практика» в форме практической подготовки одобрена на заседании Учебно-методического совета направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
Протокол №7 от «04» марта 2024 г.

Председатель УМСН


подпись

Ю.Э. Макаревская

Структура программы практики в форме практической подготовки соответствует предъявляемым требованиям

Зав. производственной практикой



В.В. Полянская

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Программа практики в форме практической переутверждена на 202__/-202__ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 202__ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой

подпись

ФИО

(Указывается в какой раздел программы внесены изменения, основания изменений, а также новая формулировка)

Программа практики в форме практической переутверждена на 202__/-202__ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 202__ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой

подпись

ФИО

(Указывается в какой раздел программы внесены изменения, основания изменений, а также новая формулировка)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения
 - 1.1 Цели и задачи практики в форме практической подготовки
 - 1.2 Виды (типы) практики в форме практической подготовки, способы (при наличии) и формы (форм) ее проведения
 - 1.3 Сроки проведения практики в форме практической подготовки
 - 1.4 Место практики в форме практической подготовки в структуре образовательной программы
 - 1.5 Планируемые результаты обучения при прохождении практики в форме практической подготовки, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы
- 2 Содержание практики в форме практической подготовки
 - 2.3 Структура (этапы) прохождения практики в форме практической подготовки
 - 2.4 Задание на практику в форме практической подготовки
- 3 Формы отчетной документации и промежуточной аттестации по итогам практики в форме практической подготовки
- 4 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике в форме практической подготовки
 - 4.3 Показатели и критерии оценки индикаторов достижения компетенций
 - 4.4 Требования по выполнению заданий, процедура и критерии оценивания результатов обучения при прохождении практики в форме практической подготовки
- 5 Учебная литература и ресурсы сети «Интернет», необходимые для проведения практики в форме практической подготовки
6. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики в форме практической подготовки
7. Особый порядок организации прохождения практики обучающимися с ОВЗ и инвалидами

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Цели и задачи практики в форме практической подготовки

Целями производственной практики «Проектно-аналитическая практика» по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, Магистерская программа: «Маркетинговые коммуникации в государственных и бизнес-структурах» являются развитие личностных качеств, способствующих творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, самостоятельности, гражданственности, приверженности этическим ценностям, толерантности, настойчивости в достижении цели, также закрепление и углубление теоретической подготовки для овладения профессиональными умениями и опытом рекламно-информационной деятельности.

Данная практика предназначена для общей ориентации в реальных условиях деятельности по выбранному направлению.

Задачами «Проектно-аналитическая практика» в форме практической подготовки являются:

- изучить структуру организаций/компаний, направлений деятельности подразделений;
- проанализировать функции специалиста отдела рекламы/отдела по связям с общественностью организации / компании;
- принять участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий организации /компании, проанализировать план работы отдела (специалиста) по рекламе и связям с общественностью;
- проанализировать эффективность деятельности по рекламе и связям с общественностью на предприятии;
- осуществить коммуникационный аудит на предприятии;
- проанализировать особенности целевой аудитории предприятия;
- оказывать помощь PR-менеджерам в их работе.

Виды (типы) практики в форме практической подготовки, способы (при наличии) и формы (форм) ее проведения

Производственная практика «Проектно-аналитическая практика» по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, Магистерская программа: «Маркетинговые коммуникации в государственных и бизнес-структурах» в форме практической подготовки проводится в дискретной форме, что определяется содержанием программы практики, и осуществляется путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для ее проведения.

1.2 Сроки проведения практики в форме практической подготовки

Производственная практика «Проектно-аналитическая практика» в форме практической подготовки составляет 216 часов, 6 зачетных единиц, продолжительность составляет 4 недели во 5-ом семестре.

1.3 Место практики в форме практической подготовки в структуре образовательной программы

Производственная практика «Проектно-аналитическая практика» Б2.В.02(П) в форме практической подготовки относится к блоку Б2 «Практики» части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, Магистерская программа: «Маркетинговые коммуникации в государственных и бизнес-структурах» .

В соответствии с учебным планом Производственная практика «Проектно-аналитическая практика» является видом производственной практики в форме практической подготовки. Объем практики составляет 216 час. Производственная

практика «Проектно-аналитическая практика» в форме практической подготовки призвана обеспечить функцию связующего звена между теоретическими знаниями, полученными при усвоении основной профессиональной образовательной программы, и практической деятельностью по внедрению этих знаний в профессиональную деятельность.

Базовыми дисциплинами для выполнения заданий данного вида практики являются: Технологии управления общественным мнением, Управление агентством рекламы и СО и службой рекламы и СО организации, Репутационный менеджмент, Событийный маркетинг, Интернет-маркетинг, Антикризисные коммуникации.

1.4 Планируемые результаты обучения при прохождении практики в форме практической подготовки, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения данной практики у обучающихся должны быть сформированы элементы следующих компетенций в соответствии с планируемыми результатами освоения образовательной программы на основе ФГОС ВО 3++ по данному направлению подготовки. УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
Универсальные компетенции			
Разработка и реализация проектов	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Определяет цель и задачи проекта	Знать: методы определения цели и задачи проекта в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: определять цели и задачи проекта в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками определения цели и задачей проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
		УК-2.2. Разрабатывает стратегические решения по реализации проекта, исходя из требований нормативных правовых актов, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: методы разработки стратегических решений по реализации проекта, исходя из требований нормативных правовых актов, имеющихся ресурсов и ограничений в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: разрабатывать стратегические решения по реализации проекта, исходя из требований нормативных правовых актов, имеющихся ресурсов и ограничений в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками разработки стратегических решений по реализации проекта, исходя из требований нормативных правовых актов, имеющихся ресурсов и ограничений в сфере рекламы и связей с общественностью
		УК-2.3. Определяет виды работ и	Знать: методы определения видов работ и распределения их между участниками

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
		распределяет их между участниками проекта	проекта в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: определять виды работ и распределяет их между участниками проекта в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками определения видов работ и распределения их между участниками проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
		УК-2.4. Формулирует ожидаемые результаты реализации проекта и проводит мониторинг их достижения на всех этапах жизненного цикла проекта	Знать: методы формулирования ожидаемых результатов реализации проекта и проведения мониторинга их достижения на всех этапах жизненного цикла проекта в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: формулировать ожидаемые результаты реализации проекта и проводить мониторинг их достижения на всех этапах жизненного цикла проекта в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками формулирования ожидаемых результатов реализации проекта и проведения мониторинга их достижения на всех этапах жизненного цикла проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
		УК-2.5. Проводит презентацию бизнес-идеи и результаты реализации проекта	Знать: методы проведения презентации бизнес-идеи и результатов реализации проекта в сфере рекламы и связей с общественностью, Уметь: проводить презентацию бизнес-идеи и результатов реализации проекта в сфере рекламы и связей с общественностью, Владеть: навыками проведения презентации бизнес-идеи и результатов реализации проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
Профессиональные компетенции			
	ПК-1 Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и	ПК-1.1 Умеет осуществлять руководство, планирование и координацию работ по проведению коммуникационных программ и мероприятий,	Знать: особенности осуществления руководства, планирования и координацию работ по проведению коммуникационных программ и мероприятий, определения затрат на их проведение в сфере управления репутацией в сети Интернет Уметь: осуществлять руководство, планирование и координацию работ по

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	определять затраты на их проведение	проведению коммуникационных программ и мероприятий, определять затраты на их проведение в сфере управления репутацией в сети Интернет Владеть: навыками осуществления руководства, планирования и координацию работ по проведению коммуникационных программ и мероприятий, определения затрат на их проведение в сфере управления репутацией в сети Интернет
		ПК-1.2 Умеет находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных программ и мероприятий, как в сфере бизнеса, так и в системе государственного управления	Знать: методы проведения коммуникационных программ и мероприятий в сфере управления репутацией в сети Интернет. Уметь: находить пути и способы повышения эффективности систем и технологий, направлять их на решение стратегических и оперативных задач в сфере управления репутацией в сети Интернет Владеть: навыками выбора путей и способов повышения эффективности систем и технологий, направления их на решение стратегических и оперативных задач в сфере управления репутацией в сети Интернет
		ПК-1.3 Осуществляет рациональный выбор технологий рекламы и связей с общественностью при планировании и реализации коммуникационных программ и мероприятий	Знать: методы выбора технологий рекламы и связей с общественностью при планировании и реализации коммуникационных программ и мероприятий в сфере управления репутацией в сети Интернет Уметь: осуществлять рациональный выбор технологий рекламы и связей с общественностью при планировании и реализации коммуникационных программ и мероприятий в сфере управления репутацией в сети Интернет Владеть: навыками выбора технологий рекламы и связей с общественностью при планировании и реализации коммуникационных программ и мероприятий в сфере управления репутацией в сети Интернет
	ПК-2 Способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационн	ПК-2.1 Знает алгоритмы практического применения методов, технологий и	Знать: алгоритмы, методы, технологии, инструменты планирования в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: практически применить при планировании и реализации и анализе программ мероприятий методы и

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	ых программ и мероприятий	инструментов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий.	технологии в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками практического применения методов, технологий и инструментов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий.	Знать: методы оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-2.3 Разрабатывает предложения по корректировке коммуникационных программ и мероприятий	Знать: принципы разработки предложений по корректировке коммуникационных программ и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: применять разработки предложений по корректировке коммуникационных программ и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью. Владеть: навыками разработки предложений по корректировке коммуникационных программ и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью
	ПК-3 Способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность	ПК-3.1 Умеет руководить сотрудниками коммуникационных агентств и служб рекламы и СО, оценивать производительность и качество работы коллектива.	Знать: методы руководства сотрудниками коммуникационных агентств и служб рекламы и СО, оценивать производительность и качество работы коллектива в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: руководить сотрудниками коммуникационных агентств и служб рекламы и СО, оценивать производительность и качество работы коллектива в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками руководства сотрудниками коммуникационных агентств и служб рекламы и СО, оценивать производительность и качество работы коллектива в сфере

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
			рекламы и связей с общественностью
		ПК-3.2 Готов к работе в коллективе, знаком с методами устранения конфликтов, способен находить и принимать управленческие решения.	Знать: принципы готовности к работе в коллективе, методы устранения конфликтов, способности к определению и принятию управленческих решений в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: применять принципы готовности к работе в коллективе, методы устранения конфликтов, способности к определению и принятию управленческих решений в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками готовности к работе в коллективе, методами устранения конфликтов, определения и участия принимать управленческие решения в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-3.3 Понимает специфику межличностного и межгруппового взаимодействия с позиций этнической толерантности.	Знать: специфику межличностного и межгруппового взаимодействия с позиций этнической толерантности в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: понимать специфику межличностного и межгруппового взаимодействия с позиций этнической толерантности в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками межличностного и межгруппового взаимодействия с позиций этнической толерантности в сфере рекламы и связей с общественностью
	ПК-4 Способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	ПК-4.1 Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения.	Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: формулировать цель, задачи, актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-4.2 Осуществляет	Знать: основные методы планирования ресурсов коммуникационных проектов в

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
		планирование ресурсов коммуникационных проектов.	сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: осуществлять планирование ресурсов коммуникационных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками планирование ресурсов коммуникационных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-4.3 Организует и координирует работу участников проекта, способствует конструктивному преодолению возникающих разногласий и конфликтов, обеспечивает работу команды необходимыми ресурсами.	Знать: основные этапы организации и координирования работы участников проекта в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: координировать работу участников проекта, преодолевать возникающие разногласия и конфликты, обеспечивать работу команды необходимыми ресурсами в сфере рекламы и связей с общественностью. Владеть: навыками преодоления возникающих разногласий и конфликтов, обеспечения работы команды необходимыми ресурсами в сфере рекламы и связей с общественностью
	ПК-5 Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки	ПК-5.1 Определяет направления работ по реализации процедур оценки качества и эффективности проектов	Знать: методы определения направления работ по реализации процедур оценки качества и эффективности проектов в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: определять направления работ по реализации процедур оценки качества и эффективности проектов в сфере рекламы и связей с общественностью. Владеть: навыками определения направления работ по реализации процедур оценки качества и эффективности проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-5.2 Формирует план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения	Знать: методы формирования плана-графика реализации проекта в целом и плана контроля его выполнения в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: формировать план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения в сфере рекламы и связей с общественностью. Владеть: навыками формирования плана-графика реализации проекта в

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
			целом и плана контроля его выполнения в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-5.3 Предлагает возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта (или осуществляет его внедрение)	<p>Знать: возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта (или осуществляет его внедрение) в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Уметь: предлагать возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта (или осуществляет его внедрение) в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Владеть: навыками внедрения в практику результатов проекта (или осуществляет его внедрение) в сфере рекламы и связей с общественностью</p>
	ПК-6 Способность руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований	ПК-6.1 Знает методику и технику проведения количественных и качественных исследований	<p>Знать: методику и технику проведения количественных и качественных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Уметь: определять методику и технику проведения количественных и качественных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Владеть: навыками проведения количественных и качественных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью</p>
		ПК-6.2 Умеет осуществлять руководство проведением количественных и качественных исследований в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью	<p>Знать: методы осуществления руководства проведением количественных и качественных исследований в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью</p> <p>Уметь: осуществлять руководство проведением количественных и качественных исследований в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Владеть: навыками осуществлять руководство проведением количественных и качественных исследований в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью</p>
		ПК-6.3 Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и	<p>Знать: методы подбора и анализа необходимой информации, применения количественных и качественных методов анализа в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Уметь: находить и анализировать необходимую информацию, применять</p>

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
		качественные методы анализа.	количественные и качественные методы анализа в сфере рекламы и связей с общественностью. Владеть: навыками подбора и анализа необходимой информации, применения количественных и качественных методов анализа в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-6.4 Демонстрирует умение обрабатывать результаты исследований с помощью компьютерных и других новейших технологий.	Знать: методы обработки результатов исследований с помощью компьютерных и других новейших технологий в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: обрабатывать результаты исследований с помощью компьютерных и других новейших технологий в сфере рекламы и связей с общественностью. Владеть: навыками обработки результатов исследований с помощью компьютерных и других новейших технологий в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-6.5 Знает методику и технику проведения исследований общественной среды и общественного мнения	Знать: методику и технику проведения исследований общественной среды и общественного мнения в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: проводить исследования общественной среды и общественного мнения в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками проведения исследований общественной среды и общественного мнения в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-6.6 Умеет организовывать и проводить исследования общественной среды и общественного мнения	Знать: методы организации и проведения исследований общественной среды и общественного мнения в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: организовывать и проводить исследования общественной среды и общественного мнения в сфере рекламы и связей с общественностью. Владеть: навыками организации и проведения исследований общественной среды и общественного мнения в сфере рекламы и связей с общественностью
	ПК-7 Способность применять перспективные	ПК-7.1 Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-	Знать: методы маркетинговых технологий и технологий бренд-менеджмента в сфере рекламы и связей с общественностью

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга	менеджмента.	<p>Уметь: организовывать и проводить коммуникационные кампании брендов в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками маркетинговых технологий и технологий бренд-менеджмента в сфере рекламы и связей с общественностью</p>
		<p>ПК-7.2 Умеет использовать теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга в различных видах профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: возможности использования теории и приемов менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга в различных видах профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Уметь: использовать современные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга в профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками использования теории и приемов менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга в различных видах профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью</p>

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
		<p>ПК-7.3 Умеет формировать маркетинговые стратегии с учетом изменений предпринимательской среды и мотиваций потребителей, а также перспективных направлений дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности фирмы</p>	<p>Знать: маркетинговые стратегии и условия их выбора с учетом изменений предпринимательской среды и мотиваций потребителей рынка, методы поиска и привлечения инвесторов в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формировать маркетинговые стратегии с учетом изменений предпринимательской среды и мотиваций потребителей, а также перспективных направлений дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности фирмы в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Владеть: навыками формирования маркетинговых стратегий с учетом изменений предпринимательской среды и мотиваций потребителей, а также перспективных направлений дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности фирмы в сфере рекламы и связей с общественностью</p>
		<p>ПК-7.4 Демонстрирует навыки разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга и менеджмента</p>	<p>Знать: способы разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга и менеджмента в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Уметь: демонстрировать навыки разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга и менеджмента в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга и менеджмента в сфере рекламы и связей с общественностью</p>
	ПК-8 Способность разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера	<p>ПК-8.1 Умеет анализировать результаты социологических и маркетинговых исследований и составлять аналитические отчеты и</p>	<p>Знать: способы анализа результатов социологических и маркетинговых исследований и составления аналитических отчетов и рекомендаций в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Уметь: анализировать результаты социологических и маркетинговых исследований и составлять</p>

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
		рекомендации	аналитические отчеты и рекомендации в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками анализа результатов социологических и маркетинговых исследований и составления аналитических отчетов и рекомендаций в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-8.2 Владеет навыками разработки планов, программ и других материалов прогнозно-аналитического характера	Знать: методы разработки планов, программ и других материалов прогнозно-аналитического характера в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками разработки планов, программ и других материалов прогнозно-аналитического характера в сфере рекламы и связей с общественностью
	ПК-9 Способность осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	ПК-9.1 Знает задачи и методы управленческого консультирования в области рекламы и связей с общественностью	Знать: задачи и методы управленческого консультирования в области рекламы и связей с общественностью Уметь: применять задачи и методы управленческого консультирования в области рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками применения задач и методов управленческого консультирования в области рекламы и связей с общественностью
		ПК-9.2 Умеет самостоятельно находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных	Знать: методы подбора путей и способов повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций как в сфере бизнеса, так и в системе государственного управления в области рекламы и связей с общественностью Уметь: самостоятельно находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
		организаций как в сфере бизнеса, так и в системе государственного управления	задач современных организаций как в сфере бизнеса, так и в системе государственного управления в области рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками самостоятельно находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций как в сфере бизнеса, так и в системе государственного управления в области рекламы и связей с общественностью
		ПК-9.3 Владеет способностью осуществлять функции консультанта в вопросах рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций.	Знать: методы осуществления функций консультанта в вопросах рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций в области рекламы и связей с общественностью Уметь: владеть способностью осуществлять функции консультанта в вопросах рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций в области рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками осуществления функций консультанта в вопросах рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций в области рекламы и связей с общественностью

Основой для оценки качества компетенций, приобретенных в результате прохождения практики, является отзыв руководителя практики от предприятия, дневник, отчет студента по практике и результаты защиты отчета по практике.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ В ФОРМЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

Общая трудоемкость практики составляет 216 час., 6 зачетных единиц.

График работы студентов в ходе Проектно-аналитической практики имеет следующий общий вид:

1 этап - подготовительный. На данном этапе обучающийся участвует в установочной конференции, выполняет ознакомление с задачами, программой, сроками проведения практики, формой отчетности, составляет план выполнения практики, его согласование с руководителем практики. Проводится организационное собрание в университете (установочная конференция), на котором до обучающихся доводится содержание практики, сообщается календарный график ее прохождения. Обучающиеся проходят инструктаж по правилам техники безопасности, выдается дневник практики и индивидуальное задание на практику.

2 этап – основной. На данном этапе обучающийся изучает нормативно-правовую базу организации (базы практики), выполняет индивидуальное задание, консультируясь с руководителями практики от организации и кафедры.

3 этап – заключительный. Осуществляется оформление дневника практики и подготовка к публичной защите отчета по практике.

Контактная работа 4 часа: 1 час - установочная конференция; 2 часа - консультация; 1 час - итоговая конференция.

2.1. Структура (этапы) прохождения практики в форме практической подготовки

№ п/п	Этапы практики	Наименование видов работ	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля
1	Подготовительный этап. Задание 1,2	Участие в установочной конференции. 1. Знакомство с задачами, программой, сроками проведения практики, формой отчетности. Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка. Проведение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, определение рабочего места (инструктаж на рабочем месте). 2. Составление плана выполнения практики; Согласование рабочего графика (плана) проведения практики в форме практической подготовки с руководителем практики от профильной организации. Составление плана работы практиканта. Формулировка индивидуального задания.	18	Отчет, дневник по практике
2	Основной этап Задание 3-13	Выполнение заданий, сбор, обработка, анализ и систематизация материала 3. знакомство с PR-отделом и (или) отделом по рекламе: состав отдела, квалификация специалистов, опыт работы по специальности, повышение квалификации и др.; 4. участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; 5. осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; 6. проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;	180	Отчет, дневник по практике

		<p>7. оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> <p>8. участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации;</p> <p>9. участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;</p> <p>10. подготовка проектной и сопутствующей документации (техникоэкономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);</p> <p>11. участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;</p> <p>12. разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</p> <p>13. Подготовка отчета по практике.</p>		
3	Завершающий этап Задание 14, 15	<p>14 Составить дневник по результатам прохождения практики.</p> <p>15. Подготовка и защита отчета по практике</p>	18	Отчет, дневник по практике
		Всего часов:	216	

2.2. Задание на практику в форме практической подготовки

Задание 1. Ознакомление с задачами, программой, сроками проведения практики, формой отчетности.

Формируемые компетенции: УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9

Задание 2. Составление плана выполнения практики, его согласование с руководителем практики.

Формируемые компетенции: УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9

Задание 3. знакомство с PR-отделом и (или) отделом по рекламе: состав отдела, квалификация специалистов, опыт работы по специальности, повышение квалификации и др.;

Формируемые компетенции: УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9

Задание 4. участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

Формируемые компетенции: УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9

Задание 5. осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью;

Формируемые компетенции: УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9

Задание 6. проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;

Формируемые компетенции: УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9

Задание 7. оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;

Формируемые компетенции: УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9

Задание 8. участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации;

Формируемые компетенции: УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9

Задание 9. участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

Формируемые компетенции: УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9

Задание 10. подготовка проектной и сопутствующей документации (техникоэкономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

Формируемые компетенции: УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9

Задание 11. участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;

Формируемые компетенции: УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9

Задание 12. разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

Формируемые компетенции: УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9

Задание 13. Подготовка отчета по практике.

Формируемые компетенции: УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9

Задание 14. Составить дневник по результатам прохождения практики.

Формируемые компетенции: УК-2; УК-3; УК-7; УК-8; УК-9; УК-10; ПК-2; ПК-5

Формируемые компетенции: УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9

Задание 15. Подготовка и защита отчета по практике

Формируемые компетенции: УК-2; УК-3; УК-7; УК-8; УК-9; УК-10; ПК-2; ПК-5

3. ФОРМЫ ОТЧЕТНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ В ФОРМЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

По окончании практики обучающийся в течение трех календарных дней периода практики (как правило это последние дни практики) предоставляет руководителю практики от университета следующие документы:

- индивидуальное задание;
- отчет о прохождении практики;
- дневник по практике;
- отзыв о прохождении практики подписанным руководителем практики от организации

В период прохождения практики обучающихся входят собственно практика, а также формирование и защита отчета по практике. Отчет по практике обучающийся защищает у руководителя (руководителей) практики от университета, на защиту приглашается руководитель практики от профильной организации. На защите отчёта по практике обучающийся должен проявить элементы компетентности, сформированные при выполнении задания.

Результаты прохождения практики определяются путем проведения промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета (зачета с оценкой).

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ В ФОРМЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

Содержание промежуточной аттестации по производственной практике «Проектно-аналитическая практика» в форме практической подготовки раскрывается в комплекте оценочных средств (контролирующих материалов), предназначенных для проверки соответствия уровня практической подготовки студента по практике требованиям ФГОС ВО 3++.

- Оценочные средства по практике содержат:
- требования к отчетной документации (дневник, отзыв руководителя практики от организации, отчет студента по итогам практики)
 - требования к защите отчета по итогам практики
 - примерные вопросы промежуточной аттестации по производственной Проектно-аналитической практике.

4.1. Показатели и критерии оценки индикаторов достижения компетенций

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Показатели/Критерии оценки индикатора достижения компетенции	№ задания	Оценочное средство
Универсальные компетенции				
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Определяет цель и задачи проекта	Знать: описание видов работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью Уметь: проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью в сфере рекламы и связей с общественностью	1,2, 3-13	Дневник, отчет
	УК-2.2 Разрабатывает стратегические решения по реализации проекта, исходя из требований нормативных правовых актов, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: описание видов работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью Уметь: проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью в сфере рекламы и связей с общественностью	3-13, 14,15	Дневник, отчет

	<p>УК-2.3 Определяет виды работ и распределяет их между участниками проекта</p>	<p>Знать: описание видов работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью</p> <p>Уметь: проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	3-13, 14,15	Дневник, отчет
	<p>УК-2.4. Формулирует ожидаемые результаты реализации проекта и проводит мониторинг их достижения на всех этапах жизненного цикла проекта</p>	<p>Знать: описание видов работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью</p> <p>Уметь: проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	3-13, 14,15	Дневник, отчет
	<p>УК-2.5. Проводит презентацию бизнес-идеи и результаты реализации проекта</p>	<p>Знать: описание видов работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью</p> <p>Уметь: проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	3-13, 14,15	Дневник, отчет

Профессиональные компетенции				
ПК-1 Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	ПК-1.1 Умеет осуществлять руководство, планирование и координацию работ по проведению коммуникационных программ и мероприятий, определять затраты на их проведение	Знать: виды работ, которые выполняет подразделение, целевые группы организации и методы работы с ними в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: охарактеризовать ряд профессиональных достижений подразделения в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками осуществления видов работ, которые выполняет подразделение, целевые группы организации и методы работы с ними в сфере рекламы и связей с общественностью	3-13, 14,15	Дневник, отчет
	ПК-1.2 Умеет находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных программ и мероприятий, как в сфере бизнеса, так и в системе государственного управления	Знать: виды работ, которые выполняет подразделение, целевые группы организации и методы работы с ними в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: охарактеризовать ряд профессиональных достижений подразделения в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками осуществления видов работ, которые выполняет подразделение, целевые группы организации и методы работы с ними в сфере рекламы и связей с общественностью	3-13, 14,15	Дневник, отчет
	ПК-1.3 Осуществляет рациональный выбор технологий рекламы и связей с общественностью при планировании и реализации коммуникационных программ и мероприятий	Знать: виды работ, которые выполняет подразделение, целевые группы организации и методы работы с ними в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: охарактеризовать ряд профессиональных достижений подразделения в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками осуществления видов работ, которые выполняет подразделение, целевые группы организации и методы работы с ними в сфере рекламы и связей с общественностью	3-13, 14,15	Дневник, отчет
ПК-2 Способность осуществлять корректировку	ПК-2.1 Знает алгоритмы практического применения методов, технологий и инструментов планирования,	Знать: алгоритмы работ, которые выполняет подразделение, целевые группы организации и методы работы с ними в сфере	3-13, 14,15	Дневник, отчет

у и контроль коммуникационных программ и мероприятий	реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий.	рекламы и связей с общественностью Уметь: охарактеризовать ряд профессиональных достижений подразделения в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками осуществления видов работ, которые выполняет подразделение, целевые группы организации и методы работы с ними в сфере рекламы и связей с общественностью		
	ПК-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий	Знать: методы оценки эффективности работ, которые выполняет подразделение, целевые группы организации и методы работы с ними в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: охарактеризовать ряд профессиональных достижений подразделения в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками осуществления видов работ, которые выполняет подразделение, целевые группы организации и методы работы с ними в сфере рекламы и связей с общественностью	3-13, 14,15	Дневник, отчет
	ПК-2.3 Разрабатывает предложения по корректировке коммуникационных программ и мероприятий	Знать: методы осуществления видов работ, которые выполняет подразделение, целевые группы организации и методы работы с ними в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: охарактеризовать ряд профессиональных достижений подразделения в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками осуществления видов работ, которые выполняет подразделение, целевые группы организации и методы работы с ними в сфере рекламы и связей с общественностью	3-13, 14,15	Дневник, отчет
ПК-3 Способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда,	ПК-3.1 Умеет руководить сотрудниками коммуникационных агентств и служб рекламы и СО, оценивать производительность и качество работы коллектива.	Знать: методы руководства работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью	3-13, 14,15	Дневник, отчет

<p>устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность</p>		<p>Уметь: руководить сотрудниками по проведению мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью в сфере рекламы и связей с общественностью</p>		
	<p>ПК-3.2 Готов к работе в коллективе, знаком с методами устранения конфликтов, способен находить и принимать управленческие решения.</p>	<p>Знать: принципы готовности работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью</p> <p>Уметь: руководить сотрудниками по проведению готовности работ, которые направлены на повышение имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками готовности работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью</p>	<p>3-13, 14,15</p>	<p>Дневник, отчет</p>
	<p>ПК-3.3 Понимает специфику межличностного и межгруппового взаимодействия с позиций этнической толерантности.</p>	<p>Знать: методы руководства работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью</p> <p>Уметь: руководить сотрудниками по проведению мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>3-13, 14,15</p>	<p>Дневник, отчет</p>
<p>ПК-4</p>	<p>ПК-4.1 Разрабатывает</p>	<p>Знать: принципы разработки</p>	<p>3-13,</p>	<p>Дневник</p>

Способность разрабатывать стратегически концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения.	<p>концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>	14,15	к, отчет
	ПК-4.2 Осуществляет планирование ресурсов коммуникационных проектов.	Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью	3-13, 14,15	Дневник, отчет

	<p>общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>		
<p>ПК-4.3 Организует и координирует работу участников проекта, способствует конструктивному преодолению возникающих разногласий и конфликтов, обеспечивает работу команды необходимыми ресурсами.</p>	<p>Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы,</p>	<p>3-13, 14,15</p>	<p>Дневник, отчет</p>

		<p>по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>		
<p>ПК-5 Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки</p>	<p>ПК-5.1 Определяет направления работ по реализации процедур оценки качества и эффективности проектов</p>	<p>Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы,</p>	<p>3-13, 14,15</p>	<p>Дневник, отчет</p>

		<p>продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>		
	<p>ПК-5.2 Формирует план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения</p>	<p>Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы</p>	<p>3-13, 14,15</p>	<p>Дневник, отчет</p>

		рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью		
ПК-5.3	Предлагает возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта (или осуществляет его внедрение)	<p>Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной</p>	3-13, 14,15	Дневник, отчет

		деятельности и связей с общественностью		
ПК-6 Способность руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований	ПК-6.1 Знает методику и технику проведения количественных и качественных исследований	<p>Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>	3-13, 14,15	Дневник, отчет
	ПК-6.2 Умеет осуществлять руководство проведением количественных и качественных исследований в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью	<p>Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью,</p>	3-13, 14,15	Дневник, отчет

	<p>планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>		
<p>ПК-6.3 Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа.</p>	<p>Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>	<p>3-13, 14,15</p>	<p>Дневник, отчет</p>

	<p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>		
<p>ПК-6.4 Демонстрирует умение обрабатывать результаты исследований с помощью компьютерных и других новейших технологий.</p>	<p>Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной</p>	<p>3-13, 14,15</p>	<p>Дневник, отчет</p>

	<p>работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>		
<p>ПК-6.5 Знает методику и технику проведения исследований общественной среды и общественного мнения</p>	<p>Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках</p>	<p>3-13, 14,15</p>	<p>Дневники, отчет</p>

	<p>обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>		
<p>ПК-6.6 Умеет организовывать и проводить исследования общественной среды и общественного мнения</p>	<p>Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по</p>	<p>3-13, 14,15</p>	<p>Дневник, отчет</p>

		повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью		
ПК-7 Способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга	ПК-7.1 Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента.	<p>Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>	3-13, 14,15	Дневник, отчет
	ПК-7.2 Умеет использовать теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга в	Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на	3-13, 14,15	Дневник, отчет

<p>различных видах профессиональной деятельности</p>	<p>управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>		
<p>ПК-7.3 Умеет формировать маркетинговые стратегии с учетом изменений предпринимательской среды и мотиваций потребителей, а также перспективных направлений дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности фирмы</p>	<p>Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на</p>	<p>3-13, 14,15</p>	<p>Дневник, отчет</p>

	<p>рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>		
<p>ПК-7.4 Демонстрирует навыки разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга и менеджмента</p>	<p>Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных</p>	<p>3-13, 14,15</p>	<p>Дневник, отчет</p>

		<p>служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>		
<p>ПК-8 Способность разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера</p>	<p>ПК-8.1 Умеет анализировать результаты социологических и маркетинговых исследований и составлять аналитические отчеты и рекомендации</p>	<p>Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>	<p>3-13, 14,15</p>	<p>Дневник, отчет</p>

		<p>общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>		
	<p>ПК-8.2 Владеет навыками разработки планов, программ и других материалов прогнозно-аналитического характера</p>	<p>Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный</p>	<p>3-13, 14,15</p>	<p>Дневник, отчет</p>

		контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью		
ПК-9 Способность осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управление деятельностью в сфере профессиональных компетенций	ПК-9.1 Знает задачи и методы управленческого консультирования в области рекламы и связей с общественностью	<p>Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы,</p>	3-13, 14,15	Дневник, отчет

		деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью		
ПК-9.2 Умеет самостоятельно находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций как в сфере бизнеса, так и в системе государственного управления		<p>Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>	3-13, 14,15	Дневник, отчет
ПК-9.3 Владеет способностью осуществлять		Знать: принципы разработки концепции проекта в рамках	3-13, 14,15	Дневник, отчет

<p>функции консультанта в вопросах рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций.</p>	<p>обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Уметь: формулировать принципы разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>Владеть: навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, по видам работ, которые направлены на управление и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынке, эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>		
---	---	--	--

4.2. Требования по выполнению заданий по практике, процедура и критерии оценивания результатов обучения при прохождении практики в форме практической подготовки

Обязательными элементами отчета о прохождении производственной «Проектно-аналитической практике» в форме практической подготовки являются:

- титульный лист;
- задание по практике;
- введение, где содержится описание общих сведений о практике и краткая характеристика базы практики;

- анализ выполненной работы, являющийся основной частью отчета и составляющий примерно 90% его объема. В разделе дается описание и анализ выполненной работы с количественными и качественными характеристиками ее элементов, демонстрирующими сформированность требуемых компетенций. Приводятся необходимые иллюстрации;

- заключение, где обучающийся кратко излагает состояние и перспективы развития изученных на практике систем (объектов, процессов); отмечает недостатки действующей системы и конкретные пути её улучшения или замены; демонстрирует универсальные и профессиональные компетенции;

- источники информации;

- приложения (при необходимости).

Текст отчета пишется аккуратно от руки чернилами (пастой) или оформляется в виде принтерных распечаток на сброшюрованных листах формата А4 (210x297 мм).

Объем отчета должен соответствовать 15-25 страницам печатного текста (Times New Roman, 12 кегель, межстрочный интервал 1,5).

Обязательными элементами дневника по практике являются:

- титульный лист;

- анкетные данные обучающегося;

- сроки прохождения практики;

- индивидуальный план практики;

- ежедневный отчет о выполненной работе;

- рецензия руководителя практики от университета на отчет обучающегося.

Критерии и шкалы оценивания для каждой формы отчетной документации студента по итогам практики и прохождения практики в целом

№ п/п	Наименование оценочного средства	Критерий оценивания	Шкала оценки
1	Дневник по практике	- правильность, аккуратность заполнения дневника по практике, - наличие индивидуального задания, ежедневных записей и отметок руководителя практики от организации, - полнота отражения в содержании дневника информации и практических навыков, которые изучил и приобрел студент, - своевременность сдачи	Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию дневника: заполнено индивидуальное задание и ежедневные записи, присутствуют все подписи; соблюдены требования к внешнему оформлению, полнота отражения в содержании дневника полно отражена информации и приобретенные практические навыки. Оценка «хорошо» — основные требования к дневнику выполнены, но при этом допущены недочёты, имеются упущения в оформлении. Оценка «удовлетворительно» — имеются существенные отступления от требований к оформлению дневника практики. Оценка «неудовлетворительно» — дневник практики не заполнен или не представлен вовсе.
2	Отчет о прохождении практики	- соответствие отчета по практике утвержденной структуре, а его содержания заданиям, - степень раскрытия сущности вопросов, - полнота, логичность изложения материала, - соблюдение требований к оформлению.	Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию отчета: отчет соответствует утвержденной структуре, содержание разделов соответствует их названию и заданиям, собрана полноценная, необходимая информация, выдержан объём; умелое использование профессиональной терминологии, отслеживается логика изложения, соблюдены требования к внешнему оформлению. Оценка «хорошо» — основные требования к отчету выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, материал недостаточно полон; не выдержан объём отчета; имеются упущения в оформлении. Оценка «удовлетворительно» — имеются существенные отступления от требований к отчету. В частности: разделы отчета освещены лишь частично; допущены ошибки в содержании отчета; отсутствуют выводы. Оценка «неудовлетворительно» — задачи практики не раскрыты в отчете, использованная информация и иные данные отрывисты, много заимствованного, отраженная информация не внушает доверия или отчет не представлен вовсе.
3	Отзыв	- уровень	Оценка «отлично» – показывает высокий уровень теоретической подготовки,

№ п/п	Наименование оценочного средства	Критерий оценивания	Шкала оценки
	руководителя практики от профильной организации	<p>теоретической подготовки обучающегося</p> <ul style="list-style-type: none"> - умение пользоваться терминологией - уровень сформированности профессиональных умений обучающегося - уровень профессионального самосознания обучающегося - мотивация обучающегося - отношение обучающегося к практике - индивидуальные особенности обучающегося 	<p>грамотно пользуется профессиональными терминами, умеет комплексно применять полученные теоретические знания на практике, показывает высокий уровень сформированности профессиональных умений и освоения практических навыков, четко ставит цели и достигает их, знает алгоритмы трудовых действий, свободно выполняет основные трудовые функции в рамках индивидуального задания, демонстрирует высокий уровень профессионального самосознания, имеет четкое представление о своей профессиональной роли, целях профессиональной деятельности, интересуется особенностями работы данной организации (предприятия), неравнодушен к получаемым результатам, стремится сделать лучше, проявляя высокий уровень профессиональной мотивации, дисциплинирован, ответственно подходит к данным поручениям и выполнению задания, проявляет инициативу, творческий подход, самостоятельность, активность, обладает высокой культурой общения.</p> <p>Оценка «хорошо» - показывает хороший уровень теоретической подготовки, пользуется профессиональной терминологией, применяет полученные знания на практике, практические навыки и профессиональные умения освоены в достаточном объеме для выполнения основных трудовых функций в рамках индивидуального задания, ставит цели, но не всегда знает пути их достижения, знает основные алгоритмы трудовых действий, демонстрирует хороший уровень профессионального самосознания, знает цели профессиональной деятельности, но не всегда готов их достигать, представляет свою профессиональную роль, но нет сильного желания ей следовать, демонстрирует среднюю заинтересованность, проявляет достаточный уровень профессиональной мотивации, выполняет возложенные на него поручения, может обращаться за помощью при выполнении заданий, обладает культурой общения.</p> <p>Оценка «удовлетворительно» – показывает средний уровень теоретической подготовки, редко использует в речи профессиональную терминологию, частично применяет знания на практике, практические навыки и профессиональные умения находятся на среднем уровне, в связи с чем возникают трудности при выполнении индивидуального задания, действия репродуктивные, возникают затруднения при постановке целей, алгоритмы трудовых действий знает частично, демонстрирует средний уровень профессионального самосознания, имеет незначительные представления о своей профессиональной роли, профессиональная мотивация на низком уровне, достаточно пассивен при выполнении поручений, иногда проявляет безответственность, несамостоятелен, требуется помощь при выполнении заданий, культура общения средняя.</p> <p>Оценка «неудовлетворительно» – показывает низкий уровень теоретической подготовки, не использует в речи профессиональные термины, возникают значительные трудности при соотнесении теоретических знаний и трудовых действий, профессиональные умения и практические навыки не развиты, в связи с чем возникают значительные трудности при выполнении индивидуального задания, действия полностью репродуктивные, возникают значительные трудности при постановке целей и путей их достижения, не знает алгоритмы трудовых действий в рамках задания на практику, нет представлений о своей профессиональной роли, профессиональная мотивация на очень низком уровне, с трудом выполняет задания, безответствен, уклоняется от выполнения поручений, имеет низкую культуру общения.</p>
4	Защита отчета по практике	<ul style="list-style-type: none"> - умение четко и ясно излагать свои мысли, - обоснованность сделанных выводов, - правильность, полнота, логичность и грамотность ответов на поставленные вопросы 	<p>Оценка «отлично» —выставляется студенту, умеющему четко излагать свои мысли, сделавшему обоснованные выводы, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.</p> <p>Оценка «хорошо» — выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.</p> <p>Оценка «удовлетворительно» — выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.</p> <p>Оценка «неудовлетворительно» — выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания вопросов, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.</p>

Вопросы для промежуточной аттестации по Производственной «Проектно-аналитической практике»

1. Подготовьте устное выступление с изложением результатов практики на 7 минут.
2. Какие виды деятельности были реализованы во время Производственной Проектно-аналитической практике?

3. Какие основные виды работ были реализованы во время Проектно-аналитической практики?
4. С какими подразделениями и специалистами осуществлялось взаимодействие при прохождении Проектно-аналитической практики?
5. Представьте методы исследования, которые были использованы во время Проектно-аналитической практики.
6. Какие работы были выполнены в рамках аналитической деятельности? Каковы их результаты?
7. Какие работы были выполнены в рамках проектной деятельности? Каковы их результаты?
8. Оцените эффективность разработанных Вами проектов в рамках Проектно-аналитической практики.
9. Какие достоинства и недостатки процесса реализации Проектно-аналитической практики можно назвать?

5. УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА И РЕСУРСЫ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ В ФОРМЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

5.1 Литература

1. Новиков, Д. А. Управление проектами. Организационные механизмы / Д. А. Новиков. — Москва : ПМСОФТ, 2007. — 140 с. — ISBN 978-5-903-183-01-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/8489.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Рыбалова, Е. А. Управление проектами : учебное пособие / Е. А. Рыбалова. — Томск : Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2015. — 206 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/72203.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Овчинникова, Н. Н. Рекламное дело : учебное пособие / Н. Н. Овчинникова. — Саратов : Корпорация «Диполь», 2012. — 375 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/10558.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Богацкая, С. Г. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / С. Г. Богацкая. — Москва : Университетская книга, 2007. — 368 с. — ISBN 978-5-98699-032-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/9059.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Полуэхтова, И. А. Социология рекламной деятельности : курс лекций / И. А. Полуэхтова, А. Ю. Солнышков. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2013. — 108 с. — ISBN 978-5-98079-859-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/22464.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Информационно-техническое обеспечение рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / составители А. В. Смирнов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 68 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102907.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102907>

5.2.2. Современные профессиональные базы данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

Таблица 4 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

№	Наименование СПБД
1.	ScienceDirect : полнотекстовая база данных : сайт / издательство Elsevier. – URL: https://www.sciencedirect.com/ (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	SpringerNature : полнотекстовая база данных: сайт / Springer Nature Switzerland AG. Part of Springer Nature. – URL: https://link.springer.com/ (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.	Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. – Сочи, 2017 – . – URL: http://lib.sutr.ru/ (дата обращения: 04.03.2024). – Текст : электронный.
	Наименование ИСС
1.	КонсультантПлюс : справочно-правовая система: сайт / Компания «КонсультантПлюс». – Москва, 1997 – . – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.

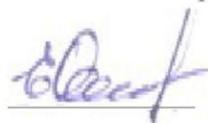
4.2.3 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Таблица 5 – Интернет-ресурсы и электронные информационные источники

№	Наименование Интернет-ресурсов и электронных информационных источников
1.	Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Эр Медиа». – Саратов, 2010 – . – URL: http://www.iprbookshop.ru/ (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Нексмедиа». – Москва : Директ-Медиа, 2001 – . – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&view=main_ub (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Образовательная платформа Юрайт : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 – . – URL: https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4.	Национальная электронная библиотека (НЭБ) : Федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ. – Москва, 2004 – . – Режим доступа: https://rusneb.ru (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.
5.	Polpred.com Обзор СМИ : электронно-библиотечная система : сайт / Г. Вачнадзе, ООО «ПОЛПРЕД Справочники». – Москва, 1997 – . – URL https://polpred.com/ (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
6.	eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 – . – URL: https://elibrary.ru/ (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
7.	КиберЛенинка : научная электронная библиотека открытого доступа : сайт. – Москва, 2014 – . – URL: https://cyberleninka.ru/ (дата обращения: 04.03.2024). – Текст : электронный.

Учебно-методическое и информационное обеспечение программы практики соответствует библиотечному фонду СГУ.

Директор Научно-образовательной библиотеки



Е.В. Онищенко

6 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ В ФОРМЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

Установочная конференция: комплект электронных презентаций/слайдов, сопровождающих лекцию; аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук, звукоусиливающая аппаратура и т.д.); таблицы, графическая информация и т.д.

Самостоятельная работа: компьютерный класс, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук), пакеты ПО общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы),

Рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

При реализации практики использовано следующее лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 Home Basic.
- Kaspersky Endpoint Security
- LibreOffice – Бесплатное ПО
- Yandex Browser – Бесплатное ПО
- VLC (видеопроигрыватель)
- Microsoft PowerPoint Viewer

При организации практики, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС СГУ.

7 ОСОБЫЙ ПОРЯДОК ОРГАНИЗАЦИИ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ В ФОРМЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ОВЗ И ИНВАЛИДАМИ

При выборе мест прохождения практики в форме практической подготовки обучающимися с ОВЗ и инвалидами учитывается состояние их здоровья и доступность баз практики для данных обучающихся.

При определении мест производственной практики в форме практической подготовки обучающихся с ОВЗ и инвалидов должны учитываться рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для прохождения практики в форме практической подготовки создаются специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых обучающимся-инвалидом трудовых функций.