



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

Институт (филиал) СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

**Кафедра ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ, СРЕДСТВ МАССОВОЙ
КОММУНИКАЦИИ И РЕКЛАМНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

«УТВЕРЖДАЮ»
Заведующий кафедрой,
к.экон.н,
Положенцева И.В.
«_24_»_февраля_2020_г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

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

Москва 2020г.

Программа преддипломной практики «преддипломная практика» разработана

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

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

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

Программа преддипломной практики разработана рабочей группой в составе:

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

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

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

Руководитель основной профессиональной образовательной программы

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

Н.С.Виноградова

(подпись)

Программа производственной практики обсуждена и утверждена на заседании кафедры «Общественные процессы, средства массовой информации и рекламные технологии»,
Протокол № 2 от «24» _февраля_ 2020_ года

Заведующий кафедрой к. экон.н.

И.В.Положенцева

(подпись)

Программа производственной практики рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

Коммерческий директор
ООО «Вега»
Вегетарианское кафе

В.Д. Головня

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

Т.П. Александрова

Оглавление

1. Тип преддипломной практики	4
2. Цель преддипломной практики	4
3. Задачи преддипломной практики.....	4
4. Место преддипломной практики в структуре ОПОП ВО.....	6
5. Способ и формы проведения преддипломной практики	6
6. Место и время проведения преддипломной практики	6
7. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения преддипломной практики.....	7
8. Структура и содержание преддипломной практики.....	9
9. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на преддипломной практике	9
10. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике.....	9
11. Формы промежуточной аттестации по итогам практики	10
12. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по преддипломной практике	10
13. Учебно-методическое и информационное обеспечение преддипломной практики	33
14. Материально-техническое обеспечение преддипломной практики	34
15. Лист регистрации изменений.....	34

1. Тип практики

ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА. Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

2. Цель преддипломной практики

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

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

Целью **Преддипломной практики** является закрепление у студентов практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью (PR), в том числе проведение исследований и/или разработка проекта в рамках выпускной квалификационной работы (ВКР) в соответствии с видами профессиональной деятельности: коммуникационная; рекламно-информационная; информационно-технологическая в сфере рекламы и связей с общественностью, ознакомление студентов с особенностями практической деятельности в рекламных агентствах, отделах рекламы и связей с общественностью различных компаний, коммуникационных агентствах, пресс-службах, на предприятиях пищевой индустрии. Цель прохождения студентами преддипломной практики подготовка студентов к осознанному и углубленному изучению профессиональных дисциплин, закрепление теоретических знаний, формирование профессиональных навыков по выбранному направлению. В результате прохождения преддипломной практики студент должен закрепить профессиональную терминологию специалиста по рекламе и связям с общественностью, полученные знания о сфере работы специалиста.

3. Задачи преддипломной практики

Задачами **Преддипломной практики** являются:

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

Данные задачи преддипломной практики, соотносятся со следующими видами профессиональной деятельности:

- организационно-управленческая
- коммуникационная деятельность;

- научно-исследовательская и педагогическая

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

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

коммуникационная деятельность:

- Способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий;
- Способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;

научно-исследовательская и педагогическая

- способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований;
- способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции;
- способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации;
- способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте;
- способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте;
- способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции;
- способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации.

Результаты, полученные в ходе Преддипломной практики, используются для написания выпускной квалификационной работы.

4. Место преддипломной практики в структуре ОПОП ВО

В соответствии с ФГОС практика является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы «Индустрия рекламы и визуальных коммуникаций» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура) и входит в Вариативную часть Блока 2. Практики. Преддипломная практика является обязательным этапом обучения магистра рекламы и связей с общественностью и предусматривается учебным планом в 4 семестре. В преддипломной практике принимают участие студенты второго курса, обучающиеся по указанному направлению. Практика проводится после прослушивания основного курса в сроки, определяемые подразделением, отвечающим за ее организацию и проведение. Прохождение данной практики необходимо в качестве предшествующей формы преддипломной работы для освоения учебных знаний практической направленности для написания Выпускной квалификационной работы.

5. Способ и формы проведения преддипломной практики

Способ и форма проведения **Преддипломной практики** являются стационарным.

6. Место и время проведения преддипломной практики

Место проведения **Преддипломной практики** предполагает работу в качестве сотрудника рекламных агентств, отделов рекламы и связей с общественностью различных компаний, коммуникационных агентств, пресс-служб, предприятий пищевой индустрии. Практика проходит непосредственно на предприятии или в организации под руководством сотрудника предприятия. Студенты могут самостоятельно выбрать объекты для прохождения практики, для чего представляют на кафедру заявление с письменным согласием руководства организации о приеме студента на практику и Договор. Студенты могут проходить учебную практику индивидуально или группами по несколько человек в зависимости от заявки организации. Объектами прохождения преддипломной практики могут быть: коммуникационные агентства, пресс-структуры различных государственных, коммерческих и общественных организаций, предприятия пищевой индустрии. Продолжительность практики 18 недель в 4 семестре.

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

Базы практик:

1. АО «Росагролизинг»
2. ООО "Бритарев Мануфактура"
3. ООО «ФРОНЕРИ РУС»
4. ПАО «Группа «Черкизово»»
5. ГРК «Бережки-Холл»
6. «Союз художников Подмосковья»

7. «Стрелковый Союз России»
8. ИП «Намазов»
9. Туркомпания «Альтернатива»
10. ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г.Разумовского (ПКУ)»
11. ФГБНУ ВНИИ пивоваренной безалкогольной и винодельной промышленности
12. ОАО «Рот Фронт»
13. ООО «Фабрика шоколадных масс»
14. Ассоциация межрегионального социального-экономического взаимодействия «Центральный Федеральный Округ»
15. Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере
16. ИП «Свит Спейс»
17. ООО «Лаборатория ТОСКАНИ»
18. ОАО «Стат-климат»
19. ОАО «Ожерельевский комбикормовый завод»
20. «Росинтер Ресторантс» TGIF Fridays
21. «Департамент информационной политики Минобрнауки России»
22. Редакция газеты «Частный интерес»
23. ООО «Юкомпани»
24. Фитнес клуб «Зебра»
25. ООО «Интерпортфолию»
26. ИП «Исакова Н.А.»
27. ООО «Progression»
28. ООО «Бизнес право»
29. Медийное агенство «Оптимум медиа»
30. ТД «Фокус»
31. Кафе «Брусника»
32. ООО «Свобода путешествий»
33. ООО «Доктор Море»
34. ИП «Ненюкова О.В.»
35. ООО «Мегасервис»
36. АО «Росагролизинг»
37. Центр «Развитие»
38. ООО «Стереотактик»
39. Центр «Развитие»
40. Избирательный штаб Собянина С.С.
41. ООО «САНРАЙЗ-ПРО»
42. Информационное агентство «Sport Media News»
43. Министерство Промышленности и торговли РФ
44. ООО «Гудбай офис»
45. «МОСГОРТУР»
46. ФГБОУ ВО «МГУТУ им К.Г. Разумовского (ПКУ)», Кафедра «Общественные процессы СМИ и рекламные технологии»

7. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения преддипломной практики

В результате прохождения данной преддипломной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, компетенции: ОК-1; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ОПК-8; ОПК-9; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-20; ПК-21; ПК-22; ПК-23; ПК-24; ПК-25;

Общекультурные компетенции (ОК):

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

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

- способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);
- способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);
- владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);
- способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);
- владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5);
- владение методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6);
- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);
- готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении (ОПК-8);
- способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9).

Профессиональные компетенции (ПК):

организационно-управленческая деятельность

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

коммуникационная деятельность

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием,

планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);

- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13);

научно-исследовательская и педагогическая деятельность

- способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20);

- способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции (ПК-21);

- способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22);

- способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23);

- способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24);

- способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25);

- способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК-26).

8. Структура и содержание преддипломной практики

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 27 зачетных единиц, 972 часа.

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

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

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

10. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике

Задание на практику:

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

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

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

- принять участие в планирование отдела;

- принять участие в наполнении сайта организации;

- подготовить самостоятельный печатный или видеоматериал.

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

11. Формы промежуточной аттестации по итогам практики

Форма промежуточной аттестации по итогам практики – зачет с оценкой по итогам защиты Отчета за месяц до защиты ВКР.

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

код	Формируемая компетенция	Этапы формирования компетенции	Содержание этапа формирования компетенции
общекультурные компетенции (ОК):			
ОК-1	Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Начальный этап (знания)	Знать: - основные мыслительные операции, сущность постановки и выбора цели; принципы, методы, технологии мониторинга внешнего окружения; - принципы, методы, технологии мониторинга внешнего окружения; - основы научной методологии; основные научные понятия и теории; основы историко-культурного развития человека и человечества; основные закономерности взаимодействия человека и общества; - современные теории и концепции поведения на различных уровнях организации основные научные понятия и теории;
		Продвинутый этап (умения)	Уметь: - понимать смысл, обобщать, систематизировать, интерпретировать и комментировать получаемую информацию; ставить цели и формулировать финансовые задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; - давать оценку значимости различных проблем. - анализировать социально и личностно значимые научные проблемы; ставить цели и формулировать финансовые задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; - осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений
		Завершающий этап (навыки)	Владеть: - методами и технологиями получения, систематизации, использования и обновления гуманитарных, социальных и экономических знаний из различных источников. - методом анализа.

			<ul style="list-style-type: none"> - основными общенаучными и логическими методами получения и использования гуманитарных, социальных и экономических знаний. - различными методами научного анализа и технологиями получения, систематизации полученной информации; и мониторинга внешнего окружения.
<u>общепрофессиональные компетенции (ОПК):</u>			
ОПК-1	Способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы и основы стратегического развития сферы рекламы и PR; - типологию, принципы и технологии создания рекламного продукта и продукта в сфере PR; - принципы взаимодействия организации и общества, общества и СМИ; - основы социальной психологии, психологии межличностных отношений, психологии больших и малых групп; - законы планирования, управления и оценки в краткосрочной и долгосрочной перспективе.
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать законы планирования и управления на уровне применения значительного объёма теоретических знаний в профессиональной сфере, работать в различных сложных условиях, в различных коллективах; - создавать оптимальные условия для профессиональной деятельности; грамотно строить коммуникацию в повседневных и конфликтных ситуациях; - осуществлять мониторинг СМИ, социологические и маркетинговые исследования для грамотного прогнозирования деятельности коллектива и организации; - оценивать качество материалов для создания рекламного и PR-продукта; - оценивать принимаемые управленческие решения с правовых, морально-этических и нравственных позиций.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологиями создания рекламного продукта, PR-продвижения, а также формирования общественного мнения в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; - навыками организации, планирования и управления работой отдела по СО, отдела рекламы, СМИ в любой социальной сфере в различных условиях и с различными производственными задачами на уровне, достаточном для решения сложных производственно-управленческих задач; - методиками мониторинга, SWAT-анализа, контент-анализа, а также использования результатов для прогностического и стратегического планирования работы; - вычленять главные факторы, влияющие на успешность социального взаимодействия в стандартных и нестандартных ситуациях, адекватно оценивать последствия выбранной стратегии.
ОПК-2	Способность планировать и осуществлять коммуникации	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру, принципы организации, а также формы и методы работы пресс- службы, пресс- центра, отдела по СО и рекламы;

	<p>ные кампании и мероприятия</p>		<ul style="list-style-type: none"> - принципы выстраивания взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью; - типологию существующих на рынке современных СМИ, специфику их деятельности принципы взаимодействия организации со СМИ; - роль и возможности практического использования PR в различных сферах человеческой деятельности: в экономике, политике, культуре, спорте и других сферах; - типологию, принципы и технологии создания коммуникационных кампаний с разными целями (продвижения бренда и продукта организации, формирования общественного мнения, формирования имиджа и пр.).
		<p>Продвинутый этап (умения)</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выстраивать взаимоотношения организации с государственными, общественными, коммерческими организациями, средствами массовой информации; - обеспечивать полноту и оперативность информации о деятельности представляемой организации; - создавать оптимальные условия для работы журналистов, управлять созданием материалов для прессы; - управлять общественным мнением и формировать имидж организации в информационном пространстве; - осуществлять регулярный мониторинг существующих средств массовой информации, адекватно реагировать на информационные потоки; - анализировать возможные PR-ситуации, моделируя ту или иную коммуникационную кампанию с ее эффективными средствами и методами.
		<p>Завершающий этап (навыки)</p>	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации работы пресс-службы, пресс-центра, отдела по СО и рекламы с целью формирования информационного пространства и паблицитного капитала организации; - творческими технологиями для поиска идеи и планирования эффективной коммуникационной кампании; методиками планирования, проведения и оценки коммуникационной кампании или мероприятия; - основными технологиями создания и внедрения образа объекта (идеи, товара, услуги, персоналии, организации, бренда) в ценностный ряд социальной группы с целью закрепления этого образа как идеального и необходимого в жизни; - технологиями формирования общественного мнения о товаре, человеке, компании, событии; - методиками мониторинга СМИ, проведения SWAT-анализа, контент-анализа для оценки эффективности коммуникационной кампании; - умением представлять результаты собственных исследований в виде аналитических докладов, речей и мультимедиапрезентаций.
<p>ОПК-3</p>	<p>Владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на</p>	<p>Начальный этап (знания)</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основные правила грамматики и нормы стилистики русского и иностранного языков; - знать базовую лексику общего языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную терминологию своей широкой и узкой специальности на русском и иностранном языке;

	русском и иностранных языках		<ul style="list-style-type: none"> - принципы использования различных функциональных стилей и жанров для создания текста в зависимости от целеполагания; - основные правила и приемы копирайтинга; - основные приемы литературного редактирования текста; - правила подготовки текста к профессиональному использованию.
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать различные виды профессиональных текстов и работать с ними; - использовать возможности функциональных стилей в процессе составления и редактирования документов в сфере профессиональной деятельности; - редактировать тексты в соответствии с законами копирайтинга. - активно владеть наиболее употребительной (базовой) грамматикой и синтаксическими конструкциями, характерными для профессиональной речи; понимать устную (монологическую и диалогическую) речь на иностранном языке на профессиональные и специальные темы; - знать базовую лексику общего языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную терминологию своей широкой и узкой специальности на русском и иностранном языках.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - свободно грамотной литературной устной и письменной речью на русском языке; - навыками литературного редактирования и копирайтинга; - навыками создания профессиональных и официально-деловых текстов в сфере рекламы и PR на русском и иностранном языках; - деловой коммуникацией в профессиональной сфере на русском и иностранном языках.
ОПК-4	Способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - языковые средства (лексические, грамматические, фонетические), на основе которых совершенствуются базовые умения говорения, аудирования, чтения и письма (не менее 2500 лексических единиц, из них не менее 1200 активно); знание грамматической и синтаксической структуры языка; - требования к речевому и языковому оформлению устных и письменных текстов с учетом специфики иноязычной культуры; - знания, необходимые для использования языка в социальном контексте (речевой этикет, формулы вежливости, обращения, регистры общения); - знать лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную терминологию своей широкой и узкой специальности.
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать устную (монологическую и диалогическую) речь на бытовые и профессиональные темы; - понимать в подробностях нормативную речь в устной и письменной формах в рамках знакомой профессиональной тематики; - принимать активное участие в обсуждениях или переписке на профессиональную тему, самостоятельно понимая

			собеседника, иногда уточняя отдельные детали.
		Завершающий этап (навыки)	Владеть: <ul style="list-style-type: none"> - активно владеть наиболее употребительной (базовой) грамматикой и основными грамматическими явлениями, характерными для профессиональной речи; - способностью передавать профессиональную информацию в устной и письменной формах как по конкретной, так и по абстрактной тематике, ясно и четко выражая мысль, успешно приспосабливаясь к адресату сообщения; - стратегиями обмена информацией на темы из области профессиональных интересов в устной и письменной формах.
ОПК-5	Владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках	Начальный этап (знания)	Знать: <ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы и психологические особенности делового общения, в том числе на иностранных языках; - деловую и речевую культуру России и зарубежных стран; - основы этики, психологии, теории межличностных отношений; - нравственные нормы, существующие в обществе; - этические принципы профессиональной деятельности; - нормы профессионального этикета.
		Продвинутый этап (умения)	Уметь: <ul style="list-style-type: none"> - использовать в практической деятельности знания в области этики межличностных отношений; - применять принципы эмоциональной саморегуляции; - вести деловое общение в интернациональной среде.
		Завершающий этап (навыки)	Владеть: <ul style="list-style-type: none"> - навыками решения профессиональных задач с учётом этических аспектов в процессе общения, в том числе на иностранных языках; - этикой межличностных отношений и эмоциональной саморегуляции; - способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран в деловом общении.
ОПК-6	Владение методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран	Начальный этап (знания)	Знать: <ul style="list-style-type: none"> - специфику различных (этнических и национальных) культур; - основные проблемы взаимодействия в многоэтнических и интернациональных группах; - особенности деловой культуры зарубежных стран.
		Продвинутый этап (умения)	Уметь: <ul style="list-style-type: none"> - адаптироваться к условиям работы в составе многоэтнических и интернациональных групп; - соблюдать этику межличностных отношений и работы в коллективе, деловой и речевой этикет.
		Завершающий этап (навыки)	Владеть: <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы в многоэтнических и интернациональных группах; - деловой культурой зарубежных стран.
ОПК-7	Способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать		Знать: <ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы информатики и информационных технологий; - методы и способы поиска, получения, хранения, переработки информации; - современные компьютерные технологии и программное обеспечение, применяемые при сборе, хранении, обработке,

	<p>в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности</p>		<p>анализе информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные прикладные программы, устанавливаемые на ПК; - структуру локальных и глобальных компьютерных сетей; принципы функционирования современных глобальных компьютерных сетей; - основы электронного документооборота; технологии и нормативные основы работы с электронными документами; - принципы информационной безопасности, основные угрозы информационной безопасности, методы защиты информации при работе с ПК; методы и критерии оценки эффективности мероприятий по защите информации.
			<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работать с графической оболочкой ОС Windows; создавать и редактировать документы различного уровня сложности в редакторе MS Word; создавать электронные таблицы Microsoft Excel; создавать презентации в среде Microsoft Power Point; создавать базы данных с помощью СУБД MS Access; - выбирать и применять адекватные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности; - осуществлять поиск информации профессионального характера по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных задач; - преобразовывать данные из одного формата в другой и создавать комплексные документы с использованием различных приложений; - внедрять современные интернет-технологии в профессиональную деятельность; - планировать мероприятия по защите информации, исходя из известных угроз и финансовых возможностей предприятия, рассчитывать эффективность мероприятий по защите информации; - самостоятельно приобретать с новые знания с использованием современных образовательных информационных технологий.
			<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками практического использования современных информационно-коммуникационных технологий; способностью работать в глобальных компьютерных сетях; - профессиональными навыками в применении программных средств составления, хранения, маршрутизации электронных документов в среде системы управления документооборотом; - навыками работы в сети Интернет, борьбы с компьютерными вирусами; - навыками постановки дизайнерской задачи и ее практического решения при различных условиях, творческих и технических требованиях; - навыками создания и продвижения web-сайтов, осуществления профессиональной деятельности с использованием блогов и социальных сетей.
ОПК-8	<p>Готовность на практике защитить свои законные права, в том числе</p>		<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - форму правления, государственного устройства и политического режима в РФ и в зарубежных странах; - основные понятия и категории конституционного права; основы конституционного строя России и зарубежных

	права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении		<p>стран, модели важнейших институтов конституционного права, современные тенденции развития конституционного процесса России и зарубежных стран;</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности формы, структуры и содержания законодательства РФ; - предмет, методы регулирования, механизм реализации законодательства в профессиональной сфере (реклама, связи с общественностью, СМИ) России; - особенности законодательства в профессиональной сфере в зарубежных странах; - основы правового положения граждан в РФ и в зарубежных странах;
			<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оперировать юридическими понятиями и категориями; - уметь определять правовое содержание конституционных прав и свобод человека и гражданина, практически применять правовые механизмы охраны и защиты таких прав и свобод; - самостоятельно ориентироваться в конституционном законодательстве России и зарубежных стран; - осуществлять комплексный сравнительно-правовой анализ нормативных правовых актов России и зарубежных стран; - анализировать юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения в профессиональной сфере; - юридически грамотно квалифицировать факты и обстоятельства профессиональной деятельности.
			<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - юридической терминологией; - навыками анализа различных правовых явлений, юридических фактов, правовых норм и правовых отношений в профессиональной сфере; - способностью реализовывать на практике свои законные права, в том числе права личности при уважении к правам других.
ОПК-9	Способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности		<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ценностные основы профессиональной деятельности; правовые нормы реализации профессиональной деятельности; сущности и структуры профессиональной сферы; - основы профессиональной этики и общественной морали.
			<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать принимаемые управленческие решения с правовых и нравственных позиций; - осуществлять самоанализ своей профессиональной деятельности, добиваться поставленных целей; - определять и развивать мотивацию и самомотивацию к профессиональному росту.
			<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками профессиональной рефлексии, профессионального самосовершенствования; - навыками оценки собственных решений с морально-этической и правовой точки зрения.
<p>Выпускник магистратуры с присвоением квалификации «магистр» должен обладать профессиональными компетенциями (ПК)</p>			
<p>Организационно-управленческая деятельность:</p>			

ПК-1	Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - роль и возможности практического использования PR в различных сферах человеческой деятельности: в экономике, политике, культуре и спорте и др.; - принципы, технологии и правила, проектирования и создания рекламы и работы в сфере связей с общественностью (в том числе композицию рекламного или PR-продукта, выразительные и художественные средства рекламы, приемы и принципы составления рекламного текста; технические и программные средства для компьютерной обработки рекламы); - основы формирования имиджа организации, персоны, сферы; основные технологии продвижения товаров и услуг на рынок; - основы, принципы и формы организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; - основы медиапланирования, а также стратегического и оперативного планирования рекламной работы и деятельности по связям с общественностью; - психологический механизм воздействия рекламы и экономические показатели рекламной кампании; методики оценки эффективности рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью.
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить исследование предпочтений целевых групп потребителей, анализировать результаты исследований; - осуществлять поиск различных решений при создании и продвижении рекламного продукта/бренда/имиджа организации или персоны; - анализировать возможные PR-ситуации, моделируя ту или иную PR-кампанию с ее эффективными средствами и методами; - составлять планы и графики рекламных, информационных, пропагандистских кампаний и мероприятий, разрабатывать техническое исполнение; - работать в кризисных ситуациях, адаптироваться в условиях стресса, обладая для этого определенными профессиональными PR-навыками (изучив возможные модели кризисных PR); - оценивать результаты и эффективность PR-деятельности.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - творческими технологиями для поиска идеи и планирования эффективной PR-кампании; - навыками сбора, анализа и интерпретации информации для принятия стратегических решений, работы в кризисных PR, а также планирования и проведения PR-кампании; - навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; - навыком разработки средств продвижения рекламного продукта или организации; навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности и общественностью; - навыком разработки маркетинговой части бизнес-плана; - навыком выявления требований целевых групп потребителей, а также методиками оценки эффективности рекламной кампании и мероприятий в сфере СО.

ПК-2	Способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - закономерности функционирования отдела по связям с общественностью на предприятиях, принципы организации и планирования деятельности структуры по рекламе и связям с общественностью; основы тайм-менеджмента; - культурологические, социальные и психологические аспекты кросс-культурных коммуникаций; основы планирования и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом национальной и культурной специфики; - этапы планирования коммуникационных кампаний с учетом специфики источника коммуникации (рекламодателя) и специализацией коммуникационной кампании (РА, рекламной службой предприятия); - методы осуществления коммуникационных кампаний с учетом использования разных средств рекламы и СО; особенности развития и перераспределения коммуникационных потоков в различных сферах; алгоритмы практического применения методов, технологий и инструментов анализа, планирования и реализации кампаний по рекламе и СО; - инструменты и технологии СО и рекламы в планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий в различных сферах общественной жизни; - способы расчета сроков проведения кампании и мероприятий, графика выхода материалов (медиапланирование).
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать концепции коммуникационных программ в соответствии со спецификой различных сфер общественной жизни; - составлять план и организовывать коммуникационные кампании и мероприятия с учетом национальной и культурной специфики; - формировать и прорабатывать этапы плана коммуникационных кампаний; - осуществлять рациональный выбор технологий СО и рекламы применительно к различным сферам общественной жизни и отраслям производства при планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий; - применять организационные и руководящие навыки в процессе осуществления коммуникационной кампании различных направлений; - руководить процессом медиапланирования.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками формирования плана коммуникационной кампании с учетом бюджета, пожеланий заказчика, специфики целевой аудитории, технологий производства рекламных и СО- материалов; - навыками организации и проведения коммуникационных кампаний в различных отраслях с учетом культурных, социальных и психологических особенностей регионов, в которых они реализуются; - навыками межличностного общения в профессиональной среде, составления деловой документации исходя из специфики организуемой коммуникационной кампании и мероприятия.

ПК-3	Способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретико-методологические основы построения эффективного взаимодействия субъектов социальной среды; - теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков; назначение, характер, содержание, технологические приемы и особенности отечественного бизнес-планирования; - алгоритмы практического применения методов, технологий и инструментов анализа, планирования и реализации кампаний по рекламе и СО; - специфику и проблематику креатива в рекламе и СО; основы организации и управления процессом коллективного и индивидуального поиска идеи; современные методы генерирования идеи рекламы и СО и средства креативного поиска идеи; - типы проектной документации, их жанровые, композиционные и стилистические особенности; основные требования составления проектной документации; - методы оценки эффективности кампаний по рекламе и СО; специфику проведения коммуникационных кампаний.
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вычленять социальные факторы коммуникации; осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями и службами; - анализировать рыночные изменения, события, делать выводы и разрабатывать стратегические планы; прогнозировать бизнес-процессы в сфере профессиональной деятельности; - выбирать и применять методы генерирования идеи и средства креативного поиска для управления коллективным и личностным творческим процессом; - самостоятельно ставить задачи поиска идеи и разработки концепции коммуникационной кампании; - ориентироваться в современной документации и выстраивать план проектной документации. - оценивать эффективность коммуникационных кампаний и мероприятий и вносить корректировки в процессе их реализации.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками формирования эффективных внутренних коммуникаций, тактиками личностной и коллективной коммуникации; способностью к выработке нестандартных решений; - навыками использования методов генерации идеи и средств креативного поиска в процессе коллективного и личностного творческого процесса; опытом формирования стратегий и творческой проработки коммуникационных кампаний и мероприятий; - навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) на основе маркетинговых исследований и оценки внутренних ресурсов организации для эффективного управления бизнес-проектами; - правовыми и этическими нормами при составлении проектной документации; - навыками оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-4	Способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы создания эффективной команды и подбора специалистов; средства активизации и оптимизации деятельности персонала рекламной и PR-службы; - основы репутационного менеджмента; стили руководства коллективной деятельностью; принципы, специфику и проблематику управления творческим процессом; - теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков; принципы стратегического и тактического планирования деятельности рекламной и PR-службы организации; - средства контроля, обеспечения качества и повышения эффективности коллективной деятельности в рамках проекта; принципы и критерии оценки эффективности работы рекламной и PR-службы организации.
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - идентифицировать и формулировать проблемы функционирования организации; синтезировать и критически резюмировать информацию для принятия управленческих решений, в том числе в оперативном режиме в ситуациях риска; - организационно и информационно поддерживать функционирование систем управления; управлять творческим коллективом; планировать и активизировать деятельность персонала рекламной и PR-службы; - выбирать оптимальные формы организации бизнеса, находить источники повышения конкурентоспособности; осуществлять руководство коммуникационными кампаниями различного направления; - оценивать результаты и эффективность работы персонала рекламной и PR-службы.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; навыками ведения проектов, управления действиями членов проекта - методиками анализа информации в целях экономического обоснования управленческих решений; навыками экспертной оценки и стратегического планирования; аналитическими методиками в целях оптимизации работы персонала; - навыками активизировать, оптимизировать и катализировать деятельность коллектива в рамках проекта с целью повышения эффективности его работы.
ПК-5	Способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы социальной психологии, психологии межличностных отношений, психологии больших и малых групп; - основные проблемы взаимодействия в многоэтнических и интернациональных группах; - виды и субъективные причины конфликтов; стили управления конфликтом; методы предупреждения и профилактики конфликтов; подходы к выработке нестандартных решений; - принципы управления персоналом организации; основы репутационного менеджмента; принципы оценки эффективности работы коллектива коммуникационного агентства.

		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - управлять процессами, малыми группами, формировать корпоративную культуру в коллективе; - формировать социальную ответственность в коллективе; оперативно принимать организационно-управленческие решения, в том числе в кризисных ситуациях; - соблюдать этику межличностных отношений и работы в коллективе, деловой и речевой этикет; - распознавать конфликтные ситуации в коллективе; работать с персоналом в целях предупреждения конфликтов; разрешать проблемы, приводящие к конфликтам; - грамотно строить коммуникацию в конфликтных ситуациях; устранять конфликты, не являющиеся по природе разрушительными; вырабатывать нестандартные решения в области трудовых конфликтов; - оценивать производительность и качество работы персонала и предпринимать корректирующие меры.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками ведения проектов; умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; - навыком вычленять главные факторы, влияющие на успешность социального взаимодействия в нестандартных ситуациях, адекватно оценивать последствия выбранной стратегии; - навыками работы в многоэтнических и интернациональных группах; навыками своевременного распознавания и устранения конфликтных ситуаций; - методами и приемами осуществления профилактики трудовых, межэтнических, межконфессиональных и пр. конфликтов; различными методами предупреждения и разрешения конфликтов внутри коллектива; - способами выработки нестандартных решений; приемами воспитания толерантности в коллективе.
ПК-6	Способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы формирования рекламной и PR-службы и их отдельных подразделений; технологии управления рекламной и PR-службы, принципы стратегического и тактического планирования; - понятие, функции, способы функционирования и типы корпоративной культуры; технологии формирования корпоративной культуры; принципы создания, цели и задачи корпоративных СМИ; - методологические, юридические и этические основы принятия организационно-управленческих решений; - основные подходы, принципы и методы принятия организационно-управленческих решений в условиях различного рода неопределенности и риска, в том числе для кризисных ситуаций, меру ответственности при их принятии.
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самостоятельно проводить анализ конкурентной среды рекламной и PR-службы; применять конкретные юридические, этические и управленческие знания и умения в конкретной ситуации; - создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации; формировать и поддерживать

			<p>корпоративную культуру; исследовать сложившуюся корпоративную культуру и разрабатывать способы ее преобразования;</p> <ul style="list-style-type: none"> - аргументировать свою позицию в ходе деловых переговоров, устанавливать деловые отношения, проводить деловые переговоры, осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями и службами; - своевременно и быстро принимать управленческие решения в состоянии стресса и ограниченного времени, нести ответственность за управленческие решения в процессе работы; - переоценивать накопленный опыт и принимать нестандартные решения.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; навыком эффективной презентации своего проекта и разрабатываемого под его руководством проекта; - навыками экспертной оценки и стратегического планирования; навыками организации эффективной внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; навыками использования инструментария при выборе технологии социального воздействия с учетом конкретных условий ее осуществления; - проводить анализ проблемы выбора наилучшего решения и применять соответствующие методы анализа, синтеза и выбора наилучших альтернатив. - навыками формулирования управленческой задачи, различными методами выработки управленческих решений при работе в коммуникационном агентстве; способами осуществления принятых в рекламной и PR-службе управленческих решений; - методами исследования системы внешних и внутренних коммуникаций; способами диагностики типа корпоративной культуры; методами формирования и поддержания корпоративной культуры.
ПК-7	Способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы консалтинга, прогнозирования, теорию и виды рисков, методы их прогнозирования и обнаружения; - задачи и методы управленческого консультирования в рекламе и связях с общественностью; методы оценки результативности консультирования, направленного на помощь и организацию формирования политики риск-менеджмента в рекламе и связях с общественностью; - экономические, юридические и этические особенности организационно-управленческих решений, в том числе для кризисных ситуаций, меру ответственности при их принятии.
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать коммуникационные аспекты и процессы деятельности организации в выбранной сфере; анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий; - грамотно описывать ситуации стратегического или тактического развития бренда в условиях конкурентной

			<p>борьбы и неопределенности.</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать законодательные, нормативные и методические документы в процессе принятия организационно-управленческих решений; - консультировать по вопросам прогнозирования и предотвращения рисков и оказывать помощь в разработке эффективных стратегий и политики риск- менеджмента в управлении коммуникационным агентством.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами анализа кризисных ситуаций и нестандартных решений; - навыками решения проблем в кризисных ситуациях в процессе управления коммуникационным агентством и осуществления коммуникационного проекта; - опытом выявления рисков разной степени сложности в различных рыночных ситуациях; - навыками организационно-управленческой работы в коммуникационном процессе, в том числе в кризисных ситуациях;
ПК-8	Способность оценивать затраты и результаты деятельности	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные характеристики и специфические отличия методов сбора информации; принципы отбора и упорядочения собранных материалов путем их систематизации; - теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков; - теоретические основы оценки затрат и результатов работы фирмы; - основные методы оценки затрат и результативности осуществления коммуникационной кампании с точки зрения ее вклада в эффективность деятельности организации.
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - задавать параметры наблюдения, опроса и анкетирования; четко определять проблему, формировать цели и задачи маркетингового эксперимента, его объект и предмет; - планировать финансовые потоки, рассчитывать затраты и составлять смету расходов на осуществление коммуникационной кампании и мероприятий; - оценивать эффективность реализации коммуникационной кампании и мероприятий; - находить новые источники повышения конкурентоспособности и пути решения проблемы ресурсного потенциала предприятия; - применять полученные знания в стандартных ситуациях.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - средствами, формами и технологиями аналитического исследования и статистической обработки данных; навыками оценки информации и подготовки принятия решений по законам диалектики, формальной логики, с применением общенаучных методов исследования; - навыками составления бюджета коммуникационной кампании и соотнесения его с финансовыми возможностями организации; - методами оценки затрат и эффективности коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-9	Способность к выработке нестандартных решений	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности и виды нестандартных ситуаций; - основные теоретические подходы и практические приемы по выработке нестандартных решений; - требования к представлению идеи, критерии оценки и выбора идеи рекламы; - визуальные и вербальные аспекты составления и оформления рекламных и СО-продуктов в соответствии с требованиями заказчиков и целевой аудитории; - междисциплинарные методы поиска инновационных решений.
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - модифицировать традиционные и разрабатывать новые методы и средства генерации рекламных идей в целях выработки нестандартных решений, развивать собственные креативные способности; - самостоятельно оценивать результаты творческого процесса по выработке новых идей; делать эскизы, выработать концепцию и проектировать рекламный и СО-продукт; - выявлять перспективные направления в развитии рекламных и СО коммуникаций; понимать вопросы и проблемы развития инноваций и инновационной деятельности; - вырабатывать нестандартные решения в области трудовых конфликтов; находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - опытом выработки рекламных идей и нестандартных решений; навыками эскизирования и выработки общей концептуальной основы коммуникационных посланий рекламы и СО. - навыками применения теории инноваций к разработке и реализации инновационных программ и проектов в области рекламы и СО; - приемами стимулирования креативно- инновационной деятельности.
ПК-10	Способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия экономики, менеджмента и маркетинга; - основные результаты новейших исследований по проблемам экономики, менеджмента и маркетинга; - основные модели поведения экономических агентов и рынков; подходы, применяемые при решении экономических задач; - методы построения экономических моделей; методы расчета и анализа основных экономических показателей проектов и сетей;
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать экономические явления и процессы, выявлять проблемы экономического характера; - разрабатывать и оценивать планы, проекты с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и иных ограничений; - применять инновационный подход при разработке; - применять методы анализа и моделирования при решении экономических задач и оценки эффективности проектов; - анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы.

		Завершающий этап (навыки)	Владеть: <ul style="list-style-type: none"> - методологией экономического исследования; - современными методами организации малого коллектива для реализации экономических проектов; - современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей экономического проекта.
ПК-11	Способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов	Начальный этап (знания)	Знать: <ul style="list-style-type: none"> - основы, принципы и методики анализа и прогнозирования в профессиональной сфере; - основы теории инноваций и инновационной деятельности; инновационные подходы, методы и технологии, используемые в рекламе и СО в настоящее время; основы планирования и проектирования инновационной деятельности в сфере рекламы и СО; - методы разработки стратегических концепций и бизнес-планов, программ инновационной деятельности, заданий на их разработку; программные средства планирования и управления проектами, возможности прикладных программ для создания проектов; - жанровые и стилистические особенности проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, бриф на креатив, соглашение, договор, контракт, аналитических справок, обзоров и прогнозов); правила составления проектной документации; - принципы подготовки проектной документации на основе маркетинговых исследований и оценки внутренних ресурсов организации для эффективного управления бизнес-проектами; - принципы, средства и методы информационного сопровождения проектов;
		Продвинутый этап (умения)	Уметь: <ul style="list-style-type: none"> - проводить ситуационный анализ рынка инноваций в сфере коммуникации, рекламы и PR, продукта рекламной деятельности и работы в сфере СО, маркетинговых тенденций профессионального сегмента рынка; прогнозировать последствия процессов и явлений в профессиональной сфере; - писать аналитические справки, обзоры и прогнозы на профессиональные темы. - разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов; - разрабатывать технико-экономические обоснования инновационных проектов, программы инновационной деятельности; выбирать необходимые методы сопровождения; оценивать их качество и эффективность.
		Завершающий этап (навыки)	Владеть: <ul style="list-style-type: none"> - навыками составления аналитической и прогностической документации в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; - навыками применения теоретических положений теории инноваций к разработке и реализации инновационных программ и проектов в области рекламы и СО;

			<ul style="list-style-type: none"> - навыками планирования и разработки исследовательских и проектных работ, стратегических концепций и бизнес-планов, программ инновационной деятельности; - навыками оценки затрат проектной деятельности, разработки технико-экономического обоснования инновационных проектов, оценки эффективности проектной деятельности; - процедурой информационного сопровождения инновационных программ и проектов.
Коммуникационная деятельность:			
ПК-12	Способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах; - технологии разработки стратегий и интеграции рекламных, маркетинговых и PR-коммуникаций для формирования капитала организации, бренда в конкурентной среде; - основные алгоритмы практического применения методов, технологий и инструментов анализа, планирования и реализации коммуникационных кампаний; - основы медиапланирования.
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - грамотно описывать ситуации стратегического или тактического развития бренда, выделять специфику бренда и его основных составляющих; - проектировать элементы бренда с учетом особенностей работы с брендами разного уровня; - составлять медиаплан с учетом стратегических целей коммуникационной кампании; - разрабатывать концепции коммуникационных программ, осуществлять руководство коммуникационными кампаниями, руководить процессом.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа, планирования и прогнозирования товарного ассортимента предприятия с использованием стратегии брендинга; - навыками подготовки и реализации коммуникационные кампании, включая медиапланирование.
ПК-13	Способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы формирования рекламной и PR-службы, принципы создания эффективной команды; методы и способы корректировки и видоизменения существующих организационных и коммуникационных структур; - теоретические основы, перспективные теории и технологию бизнес-планирования, функции, виды и элементы бизнес-планов; - принципы репутационного менеджмента; основы построения организационной структуры фирмы (организации) с учетом необходимости включения в нее как обязательного звена рекламной и PR-службы; - специфику управления инновационными проектами; средства планирования и управления проектами, возможности прикладных программ для создания проектов; методы осуществления руководства и контроля проектной деятельности; - принципы работы со СМИ, принципы создания и функционирования корпоративных СМИ.

		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в схемах и способах построения внешних и внутренних связей организации; создавать рациональную структуру построения рекламной и PR-службы фирмы (организации), отвечающую характеру современных требований, либо руководить созданием такой структуры, а также всей коммуникационной инфраструктурой организации; - применять инструменты практического взаимодействия рекламной и PR-службы организации с заказчиком и СМИ; - разрабатывать бизнес-стратегию, концепцию и финансовый план коммуникационной структуры организации или отдельных проектов; прорабатывать основные разделы бизнес-планов, составлять задания на их разработку; - разрабатывать программы инновационной деятельности; использовать информационные технологии для планирования и управления проектными работами; руководить и обеспечивать эффективность проектной деятельности.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способами и методами руководства созданием рациональной коммуникационной структуры организации с учетом необходимости наличия в ней рекламной и PR-службы с функциями налаживания коммуникаций с заказчиками, целевой аудиторией и партнерами по бизнесу; - навыками аналитической работы с финансовой документацией предприятия; методами разработки и оценки бизнес-планов различного профиля; - навыками экспертной оценки эффективности коммуникационной структуры рекламного агентства либо службы рекламы и СО; - методами планирования, руководства и контроля деятельности проектных команд; навыками планирования проектных работ, коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и СО; - навыками руководства и управления деятельностью проектных команд; методами разработки и оценки бизнес-планов различного профиля.
Научно-исследовательская и педагогическая деятельность:			
ПК-20	Способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность научной проблемы и научной задачи; их соотношение с практическими профессиональными проблемами и задачами; - методы поиска, сбора и анализа научной информации; - инструментарий проведения научных исследований; методики проведения экспериментальных исследований; - отечественный и зарубежный опыт изучения профессиональной тематики исследования; - актуальное состояние основных направлений профессиональной научной сферы; - историю развития научных парадигм, связанных с тематикой исследования.
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять перспективные направления научных исследований;

			<ul style="list-style-type: none"> - обосновывать выбор методов проведения экспериментальной работы; - обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы; - осуществлять подбор и проводить анализ научной литературы и прочих источников; - систематизировать и обобщать научную информацию, связанную с тематикой исследования.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками подготовки базы для научных исследований в профессиональной сфере; - основными способами мониторинга научной информации; - навыками дифференциации научной информации в соответствии с тематикой исследования; - способностью оперативного осмысления получаемой научной информации в контексте как научного дискурса, так и в контексте развития профессиональной сферы в целом; - умениями ставить и решать научно-исследовательские задачи профессиональной сферы с использованием глубоких фундаментальных и специальных знаний, аналитических методов и сложных моделей.
ПК-21	Способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы анализа научной информации, изучения отечественного и зарубежного опыта по тематике исследования; - историю развития научных парадигм, основные научные концепции, связанные с тематикой исследования, их динамику и тенденции развития; - основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, полученные отечественными и зарубежными исследователями по вопросам исследования.
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ставить и решать научные задачи в своей предметной области с использованием глубоких фундаментальных и специальных знаний о динамике и развитии основных научных концепций и научных парадигм на основе анализа научно-исследовательской, научно-практической и патентной литературы; - критически оценить основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем с точки зрения понимания условий и возможностей их практического использования в изучении; - использовать данные о динамике и развитии основных научных концепций в разработке собственного научного исследования.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основными способами мониторинга научной информации; - способностью оперативного осмысления получаемой научной информации в контексте как научного дискурса, так и в контексте развития рекламы и PR в целом; - навыками применения в исследовательской работе основных концепций и принципов самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем в области рекламы и связей с общественностью.

ПК-22	Способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - языковые и речевые средства оформления собственного суждения; - основные этапы эволюции научной мысли в профессиональной сфере; - методики сбора, осмысления и анализа научной информации на основе научно-исследовательской литературы; - методики типологизирования, структурирования и обобщения научной информации по поставленной научно-исследовательской проблеме; - методики восполнения информации на основе научной логики и восстановления причинно-следственных связей; - методы прогнозирования на основе неполной и ограниченной информации и разработке научных моделей и парадигм.
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обрабатывать теоретические, эмпирические и экспериментальные данные для формирования суждения; - интегрировать полученные знания для анализа и синтеза ограниченной информации; - оценивать полученную неполную информацию с точки зрения возможного прогнозирования; - на основе полученной ограниченной информации устанавливать причинно-следственные связи и формулировать научные предположения; - делать выводы и аргументировать соображения, лежащие в основе высказанных идей, проблем и их решений; - формулировать собственные суждения на основе научно-исследовательской логики.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками количественного и качественного анализа для формирования собственных суждений; - навыками осмысления и интеграции полученной научной информации для анализа и синтеза; - методикой построения научных парадигм и исследовательских моделей на основе восполнения неполной и ограниченной информации с учетом законов научной логики; - навыками научного прогнозирования на основе собранной и интегрированной ограниченной информации; - навыками решать задачи в новой или незнакомой среде в профессиональной сфере; - навыками формирования собственного суждения.
ПК-23	Способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные области научных исследований в сфере своей профессиональной деятельности; - междисциплинарный характер научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью; - подходы к формализации ключевых концептуальных и прикладных задач в междисциплинарном контексте; - методики решения концептуальных и прикладных задач в междисциплинарном контексте.
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методики междисциплинарных исследований в собственной научной работе; - оперативно адаптировать последние достижения науки в рамках собственной научно-исследовательской работы;

			<ul style="list-style-type: none"> - разработать развернутую структуру проведения научно-исследовательской работы в междисциплинарном контексте; - решать концептуальные и прикладные задачи с привлечением исследований различных сфер научного знания.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - культурой научного мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации из разных сфер научного знания; - навыками сбора, обобщения и структуризации научной информации, позволяющими обосновать актуальность, теоретическую и практическую значимость постановки и решения конкретной концептуальной и прикладной задачи в междисциплинарном контексте; - навыками применения междисциплинарных исследований для решения концептуальных и прикладных задач в сфере рекламы и связей с общественностью.
ПК-24	Способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированно обоснованным соображениям, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ведущие научные идеи и учения в сфере исследования рекламы и связей с общественностью; - основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих процессы деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; - сущность основных форм научного мышления: понятия, суждения, умозаключения, также образы и представления; - суть основных операций научного мышления: сравнения, анализа и синтеза, абстракции, обобщения, конкретизации; - законы научной логики.
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для решения поставленных научных задач; - анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной науки о процессах и явлениях в сфере рекламы и связей с общественностью, выявлять тенденции изменения профессиональной сферы; - обобщать полученные в процессе исследования данные; на основе полученных обобщений делать выводы; - на основе полученных результатов научного исследования выдвигать новые идеи, в том числе в исследовательском контексте.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - культурой научного мышления; - современными методами сбора, обработки и анализа эмпирических и экспериментальных данных в отечественных и зарубежных источниках в сфере рекламы и связей с общественностью; - навыками научной логики и основных операций научного мышления: анализ, сравнение, синтез, обобщение, абстрагирование и пр.; - способностью к восприятию, сравнению, обобщению, анализу и синтезу научной информации; - навыками аргументированного резюмирования на основании полученной в результате операций научного мышления информации и выдвижения соображений, в том числе в исследовательском; - навыками выдвижения новых идей для целей

			ранжирования и определения приоритетов в текущей и перспективной научно-исследовательской работе.
ПК-25	Способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность, основные элементы и этапы интерпретации как научного метода и базовой процедуры познания; - основные методы и модели интерпретирования как общенаучного метода с правилами перевода формальных символов и понятий на язык содержательного знания и представления результатов научных исследований; - формы презентации результатов научных исследований (магистерская и кандидатская диссертация, автореферат, научная статья, тезисы, научный доклад); жанр и структуру практических рекомендаций; - основные языковые средства научного стиля речи, особенности структуры и речевого оформления научного текста; - основы научного прогнозирования; основы формулирования научных предположений.
		Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - переводить полученные в результате научного исследования результаты в содержательное знание в процессе интерпретации; - на основе научных результатов формулировать гипотезы (научные предположения) для следующих этапов исследования; - на основе полученных результатов прогнозировать тенденции и динамику изменений в профессиональной сфере; - презентовать полученные результаты научного исследования в устных (научный доклад) и письменных (магистерская и кандидатская диссертация, автореферат, научная статья, тезисы) формах; - создавать научный текст в соответствии с жанровыми, структурными особенностями и нормами и категориями научного стиля речи; - реализовать основные подходы и эффективно использовать инструментарий формализации наиболее значимых результатов научных исследований для последующего составления практических рекомендаций на их основе.
		Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками интерпретации полученной научной информации; - навыками выдвижения принципиально новых гипотез и прогнозирования тенденций развития профессиональной сферы деятельности; - навыками использования современных технических средств и информационных технологий в подготовке и презентации отчета по научно-исследовательской работе; - навыками создания устных и письменных научных текстов в соответствии с требованиями жанра и языковых норм научного стиля речи; - навыками создания практических рекомендаций на основе полученной в результате научного исследования информации.
ПК-26	Способность применять	Начальный этап (знания)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные этапы подготовки магистерской работы и

накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации		<p>правила ее оформления; методологию написания магистерской работы;</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы библиографической работы с привлечением современных информационных технологий; - сущность научной проблемы и научной задачи исследования; методику формулирования научной проблемы, постановки целей и задач научного исследования; - научные методы исследования и характер их применения; применение современных информационных технологий при проведении научных и прикладных исследований; - основы научного анализа, синтеза, обобщения полученных в результате научного исследования данных; - методики, средства и формы представления результатов исследований (отчета по научно-исследовательской работе, тезисов докладов, научных статей, курсовых работ и проектов, магистерской диссертации).
	Продвинутый этап (умения)	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выдерживать заданный план и график проведения научно-исследовательской работы, концентрироваться на своевременном и рациональном выполнении первоочередных действий, связанных с изучением, оценкой и прогнозированием тенденций развития исследуемой сферы профессиональной деятельности; - аргументировать актуальность научного исследования; - выявлять научную составляющую при проведении исследования; формулировать тему, проблему, цель и задачи научного исследования; - выбирать необходимые методы исследования (модификации существующих, разработки новых методов), исходя из задач конкретного исследования; - применять современные информационные технологии при проведении научных и прикладных исследований; - ставить и решать научные задачи с использованием глубоких фундаментальных и специальных знаний, аналитических методов и сложных моделей; - анализировать и обрабатывать полученные результаты, структурировать информацию о полученных результатах, излагать её логически последовательно; - правильно оформлять документы, содержащие информацию о полученных результатах исследований; - применять накопленные знания при подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации, а также в профессиональной деятельности.
	Завершающий этап (навыки)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками библиографической работы с привлечением современных информационных технологий: навыки работы с источниками информации, а также рецензирования и реферирования научных трудов; - навыками проведения конкретных исследований в рамках работ по научным темам, публичных выступлений; - навыками грамотного изложения результатов собственных научных исследований (отчеты, рефераты, статьи, тезисы, доклады и др.); - способностью критического осмысления результатов собственных исследований; - навыками подготовки и написания научно-

			исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации; - способностью аргументировано защищать и обосновывать полученные результаты исследований; внедрять полученные результаты в профессиональную практику.
--	--	--	---

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

13. Учебно-методическое и информационное обеспечение преддипломной практики

Основная литература

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

6.2. Дополнительная литература

1. ГОСТ Р7.32-2001 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления [Электронный ресурс]: Межгосударственный стандарт. - Введ. 2002 - 07 – 01; ред. от 2005 – 09 - 07. – М.: Стандартинформ, 2012. – 20 с. - URL: <http://protect.gost.ru/document.aspx?control=7&id=130946>
2. Методические рекомендации для вузов и институтов повышения квалификации / Артемьева С.И., Бычков М.А., Рабаданова Р.С. и др. // М.: МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ), 2015. – 230 с.
3. Виноградова Н.С.. Моисеева О.А. Оформление выпускной квалификационной работы / Виноградова Н.С.. Моисеева О.А.// М.: МГУТУ им. К.Г. Разумовского, 2015 г. – 78 с.
4. Исследовательская деятельность: русско-английский словарь / Рабаданова Р.С., Гереева М.Ш. // Учебное пособие. М.: МГПУ, 2018. – 90 с.
5. Кондратьева О.В., Рабаданова Р.С. Психология и педагогика. Учебное пособие, М.: Калуга: ИП Стрельцов И.А. (Изд. «Эйдос»), 2015.- 216 с.

6. Педагогическое образование на стыке эпох: инновации и традиции в сфере образовательных технологий. Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции 05 – 06 апреля 2017 г.; «МГУТУ имени К.Г Разумовского (ПКУ)». – М., 2017. – 550 с.
7. Рабаданова Р.С. Пути и средства индивидуализации развития педагога в образовании. [Электронный ресурс] ЭНИ № 8. 2014 г., ЧАСТЬ II http://www.mgutm.ru/jurnal/tehnologii_21veka/ (Дата обращения 02.09.2017 г.)
8. Рабаданова Р.С. Стратегическая деятельность высшей школы по организации образовательного процесса. / Рабаданова Р.С., Бикбулатова В.П. // «НИР. Социально-гуманитарные исследования и технологии» № 1(10) - 2015, - С. 14-20.
9. Сергеева С.В. Обучение в высшей школе: формы и технологии: учебное пособие / С.В. Сергеева, О.А. Воскресенко, О.А. Вагаева; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Пензенский государственный техноло-гический университет», Минобрнауки России. - Пенза: ПензГТУ, 2013. - 172с.: табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-98903-197-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=437164> (23.05.2016).
10. Теоретические и методические проблемы современного образования / Материалы международной научно-практической конференции 20-21 января 2016 г.; /Под ред. Шишова С.Е./ «МГУТУ имени К.Г Разумовского (ПКУ)». – М., 2016. – 360 с.
11. Шишов С.Е., Юлина Г.Н., Рабаданова Р.С. Организация интерактивного обучения в университете (учебно-практическое пособие для студентов вузов) М.: МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ), 2015. – 144 с.

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

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

14. Материально-техническое обеспечение преддипломной практики

Каждый обучающийся в течение всего периода прохождения практики обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде Университета, к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах; к портфолио обучающегося, также может взаимодействовать между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет».

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

15. Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением кафедры «Общественных процессов, СМИ и рекламных технологий» на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратура), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 528 от 08.06.2017	Протокол заседания кафедры № 11_ от « 23_ » июня 2019_ года	« 23_ » июня 2019_ года
2.	* Утверждено экспертное заключение об актуальности программы преддипломной практики «тип практики» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура)	Протокол заседания кафедры № 2_ от « 1_ » сентября 2020_ года	« 1_ » сентября 2020_ года
3.	*	Протокол заседания кафедры № _____ от « ____ » сентября 20__ года	____.____.____
4.	*	Протокол заседания кафедры № _____ от « ____ » сентября 20__ года	____.____.____
5.	*	Протокол заседания кафедры № _____ от « ____ » сентября 20__ года	____.____.____

* Типовые примеры содержание изменений в программу преддипломной практики:

Причины, повлекшие изменения	Примерная формулировка
Программа преддипломной практики не изменялась	Утверждено экспертное заключение об актуальности программы преддипломной практики «тип практики» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура)
Вступил в силу новый нормативно-правовой акт, вносящий принципиальные изменения в образовательную деятельность. <i>Например, 01.09.2013 г. вступил в силу новый Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации»</i>	Внесены изменения в связи с вступлением в силу с дд.мм.20гг наименование нормативно-правового акта с указанием его реквизитов
Переход на новые стандарты, если приказом Минобрнауки России отменены ранее действовавшие. <i>Например, переход с ФГОС ВПО на ФГОС ВО (ФГОС 3+), но не переход с ГОС ВПО на ФГОС ВПО</i>	Актуализирована в соответствии с вступлением в силу Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки Ши.фр.НП Наименование направления подготовки (уровень образования), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от ДД.ММ.ГГГГ г. № _____
Внесены изменения под влиянием требований реального рынка труда, требований работодателей и	Актуализирована с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, техники, технологий и социально сферы

проч.	
-------	--