



Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
Московской области

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ПРИНЯТО**  
Решением Ученого совета ГБОУ ВО МО  
«Технологический университет»  
Протокол № \_\_\_\_\_  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_ г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор ГБОУ ВО МО  
«Технологический университет»  
\_\_\_\_\_ Т.Е. Старцева  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_ г.

**ПРИМЕРНАЯ  
АДАптиРОВАННАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ  
ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

**Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Профиль: Современные коммуникационные технологии и рекламная деятельность**

**Уровень высшего образования: бакалавриат**

**Форма обучения: очная**

**Год набора: 2019**

**Королев  
2019**

**Руководитель ПАПОП: \_\_\_\_\_.** **Адаптированная профессиональная образовательная программа высшего образования для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» – Королев МО: Технологический университет, 2019**

Адаптированная профессиональная образовательная программа высшего образования 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и Учебного плана, утвержденного Ученым советом \_\_\_\_\_. Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ года.

Адаптированная профессиональная образовательная программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ года.

Адаптированная профессиональная образовательная программа рекомендована к реализации в учебном процессе на заседании УМС, протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ года.

## 1. Общие положения

Примерная адаптированная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее – ПАОПО ВО) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ), реализуемая образовательной организацией (далее – ОО) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», разработана на основании следующих нормативных документов:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Закона РФ от 24.11.1995 г. № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» (с изменениями на 29.12.2015);
- Закона РФ от 03.05.2012 № 46-ФЗ «О ратификации Конвенции о правах инвалидов»;
- Закона РФ от 01.12.2014 № 419-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов»;
- Приказ Министерства образования и науки РФ от 9 ноября 2015 г. N 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи»;
- Методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утв. Минобрнауки России 08.04.2014 N АК-44/05вн);
- Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 29 сентября 2014 г. №667н «О реестре профессиональных стандартов (перечне видов профессиональной деятельности)»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриат), утвержденный приказом Министерства образования Российской Федерации от 8 июня 2017 №512 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г., регистрационный №47220) (далее – ФГОС ВО) [http://fgosvo.ru/uploadfiles/FGOS%20VO%203++/Bak/420301\\_V\\_3\\_30062017.pdf](http://fgosvo.ru/uploadfiles/FGOS%20VO%203++/Bak/420301_V_3_30062017.pdf);
- Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» – Приказ Минтруда от 04 августа 2014 года №535н (Зарегистрировано в Минюсте России 04.09.2014 №33973) <http://fgosvo.ru/uploadfiles/profstandart/06.009.pdf>;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, программам

специалитета, утвержденный приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 года № 301;

- О внесении изменения в Приказ Министерства образования и науки РФ от 12 сентября 2012 года № 1061 «Об утверждении перечня специальностей и направлений подготовки высшего образования» от 25 марта 2015 года № 270;

- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636;

- Приказ Министерства образования и науки РФ от 15 декабря 2017 г. № 1225 «О внесении изменений в Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383»;

- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 апреля 2013 г № 148н «Об утверждении уровней квалификации в целях разработки проектов профессиональных стандартов»;

- Иные нормативные и методические документы Министерства науки и высшего образования, Национального совета при Президенте Российской Федерации по профессиональным квалификациям, а также локальные акты образовательной организации, регламентирующие ведение образовательной деятельности.

ПАПОП ВО бакалавриата имеет своей **целью** развитие у обучающихся личностных качеств и формирование компетенций в соответствии с действующим образовательным стандартом по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

**Инклюзивное образование** - обеспечение равного доступа к образованию для всех обучающихся с учетом разнообразия особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей. (Закона РФ от 29.12.2012г. № 273-ФЗ (с изменениями и дополнениями от 24.07.2015 «Об образовании в Российской Федерации»)

**Инвалид** - лицо, которое имеет нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты (ФЗ от 24 ноября 1995 г. № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»).

**Обучающийся с ограниченными возможностями здоровья** – физическое лицо, имеющее недостатки в физическом и (или) психологическом развитии, подтвержденные психолого-медико-педагогической комиссией и препятствующие получению образования без создания специальных условий.

**Примерная адаптированная профессиональная образовательная программа высшего образования (ПАПОП ВО)** – образовательная программа высшего образования, адаптированная для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья, и при необходимости обеспечивающая коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

**Адаптационный модуль (дисциплина)** – это элемент адаптированной образовательной программы высшего образования, направленный на индивидуальную коррекцию учебных и коммуникативных умений и способствующий социальной и профессиональной адаптации обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

**Индивидуальная программа реабилитации или абилитации (ИПРА) инвалида** – комплекс оптимальных для инвалида реабилитационных мероприятий, включающий в себя отдельные виды, формы, объемы, сроки и порядок реализации медицинских, профессиональных и других реабилитационных мер, направленных на восстановление, компенсацию нарушенных функций организма, формирование, восстановление, компенсацию способностей инвалида к выполнению определенных видов деятельности. ИПРА инвалида является обязательной для исполнения соответствующими органами государственной власти, органами местного самоуправления, а также организациями независимо от организационно-правовых форм и форм собственности.

**Индивидуальный учебный план** - учебный план, обеспечивающий освоение образовательной программы на основе индивидуализации ее содержания с учетом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося.

**Специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающихся с ограниченными возможностями здоровья** – условия обучения таких обучающихся, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания организации и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

**Нормативный срок получения образования по программе бакалавриата** (вне зависимости от применяемых образовательных технологий):

в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 4 года;

в очно-заочной или заочной формах обучения увеличивается не менее чем на 6 месяцев и не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования в очной форме обучения;

при обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ может быть увеличен по их заявлению не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующего срока обучения.

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (далее – з.е.) вне зависимости от формы обучения.

Объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 з.е. вне зависимости от формы обучения.

### **Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения ПАОП ВО**

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании и продемонстрировать необходимый уровень подготовки по предметам, предусмотренным перечнем вступительных испытаний.

Сопровождение вступительных испытаний в вузе для абитуриентов с ОВЗ. При поступлении в вуз абитуриенты с ОВЗ, не имеющие результатов Единого государственного экзамена, могут самостоятельно выбирать, сдавать ли им вступительные испытания, проводимые ОО самостоятельно, или Единый государственный экзамен в дополнительные сроки. При выборе абитуриентом - инвалидом вступительных испытаний, проводимых ОО самостоятельно, создаются специальные условия, включающие в себя возможность выбора формы вступительных испытаний (письменно или устно), возможность использовать технические средства, помощь ассистента, а также увеличение продолжительности вступительных испытаний.

Инвалид при поступлении на адаптированную образовательную программу предъявляет индивидуальную программу реабилитации или абилитации инвалида (ребенка-инвалида) с рекомендацией об обучении по данной профессии/специальности, содержащую информацию о необходимых специальных условиях обучения, а также сведения относительно рекомендованных условий и видов труда.

Лицо с ограниченными возможностями здоровья при поступлении на адаптированную образовательную программу предъявляет заключение психолого-медико-педагогической комиссии с рекомендацией об обучении по данной профессии/специальности, содержащее информацию о необходимых специальных условиях обучения.

## **2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ПАОП ВО по направлению подготовки направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие**

программу бакалавриата, могут осуществлять профессиональную деятельность:

– 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии

**Сферы профессиональной деятельности выпускников** реклама и связи с общественностью.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника

**Типы задач профессиональной деятельности выпускников:**

- проектный
- технологический
- социально-просветительский
- авторский
- маркетинговый

**Перечень основных объектов (или областей знания) профессиональной деятельности выпускников:** – текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам; средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.

**Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС**

Требования к профессиональной деятельности выпускника программы бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», согласованы с представителями рынка труда в виде обобщённых трудовых функций и трудовых функций.

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
Код	Наименование	Уровень квалификации	Код	Наименование	Уровень (подуровень) квалификации
В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6
			Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	6
			Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	6

		Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	В/04.6	6
--	--	---	--------	---

**Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников:**

<b>Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)</b>	<b>Типы задач профессиональной деятельности</b>	<b>Задачи профессиональной деятельности</b>
– 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	авторский	Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации
	Проектный	Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
	социально-просветительский	Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта
	технологический	Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий
	маркетинговый	Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

**3. Компетенции выпускника ПАПОП ВО, формируемые в результате освоения данной ПАПОП ВО и индикаторы их достижения**

Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части.

**3.1 Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.**



Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<p><b>1. Системное и критическое мышление</b></p>	<p><b>УК-1</b> <b>Способен осуществлять поиск, критический анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач</b></p>	<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие  УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи;  УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;  УК-1.4. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения  УК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки</p>
<p><b>2. Разработка и реализация проектов</b></p>	<p><b>УК-2.</b> <b>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</b></p>	<p>УК-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними  УК-2.2. Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта  УК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм  УК-2.4. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками</p>

		<p>контроля, при необходимости корректирует способы решения задач УК-2.5. Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования</p>
<b>3. Командная работа и лидерство</b>	<b>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</b>	<p>УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников;</p> <p>УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого;</p> <p>УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели;</p> <p>УК-3.5. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.</p>
<b>4. Коммуникации</b>	<b>УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке</b>	<p>УК-4.1. Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;</p> <p>УК-4.2. Ведет деловую</p>

		<p>переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем;  УК-4.3. Ведет деловую переписку на иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий  УК-4.4.Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный;  УК-4.5. Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения;  УК-4.6. Устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может поддержать разговор в ходе их обсуждения</p>
<p><b>5. Межкультурное взаимодействие</b></p>	<p><b>УК-5.  Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</b></p>	<p>УК-5.1. Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем;  УК-5.2. Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии  УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия, основанного на толерантном восприятии культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении</p>

		для выполнения поставленной
<b>6,7.Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)</b>	<b>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</b>	<p>УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей;</p> <p>УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста</p> <p>УК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста</p> <p>УК-6.4. Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития</p>
	<b>УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</b>	<p>УК-7.1. Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма</p> <p>УК-7.2. Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности</p> <p>УК-7.3. Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности</p>
<b>8.Безопасность жизнедеятельности</b>	<b>УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций</b>	УК-8.1. Анализирует факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов,

		<p>материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений);</p> <p>УК-8.2. Идентифицирует опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой деятельности;</p> <p>УК-8.3. Выявляет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций;</p> <p>УК-8.4. Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; оказывает первую помощь, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях</p>
--	--	--

### 3.2 Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.

Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1.Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p>ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков,</p>

		особенностями знаковых систем	иных
<b>2. Общество и государство</b>	<b>ОПК-2</b> Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
<b>3. Культура</b>	<b>ОПК-3.</b> Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
<b>4. Аудитория</b>	<b>ОПК-4.</b> Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных

		коммуникационных продуктов
<b>5. Медиакоммуникационная система</b>	<b>ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</b>	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
<b>6. Технологии</b>	<b>ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</b>	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
<b>7 Эффекты</b>	<b>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</b>	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами

		социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
--	--	--

### 3.3 Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.

*Обязательные профессиональные компетенции устанавливаются ПООП и полностью включаются в образовательную программу.*

*Рекомендуемые профессиональные компетенции устанавливаются ПООП и включаются (одна или несколько) в образовательную программу по решению образовательной организации.*

*Профессиональные компетенции, устанавливаемые образовательной организацией – профессиональные компетенции (одна или несколько) устанавливаются организацией самостоятельно, исходя из направленности (профиля) программы, на основе профессиональных стандартов, с обязательным учетом обобщенной трудовой функции, соответствующей уровню квалификации.*

*При отсутствии ПООП заполняется только та таблица с профессиональными компетенциями, которые организация выбрала самостоятельно.*

Задача ПД	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
авторский	<b>ПК-9. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</b>	ПК-9.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-9.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие	Профессиональный стандарт 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»



		<p>решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-9.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p> <p>ПК-9.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>	
Проектный	<p><b>ПК-4. Способен участвовать в разработке реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;</b></p> <p><b>ПК-7. Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ</b></p>	<p>ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> <p>ПК-7.1. проводит анализ ситуации на</p>	<p>Профессиональный стандарт 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»</p>

		<p>рынке услуг по реализации продукции СМИ; ПК-7.2. осуществляет представление (презентацию) продукции СМИ; ПК-7.3. ведет деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)</p>	
социально-просветительский	<p><b>ПК-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</b></p>	<p>ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>Профессиональный стандарт 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»</p>
технологический	<p><b>ПК-1. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн</b></p>	<p>ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде ПК-1.2. При</p>	<p>Профессиональный стандарт 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»</p>

	<b>коммуникаций</b>	<p>подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.</p> <p>ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p>ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p> <p>ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного проведения социологического исследования по изучению общественного мнения</p>	
--	---------------------	--	--

<p>маркетинговый</p>	<p><b>ПК-5</b> Способен организовать и проводить маркетинговые исследования в области СМИ</p> <p><b>ПК-6.</b> Способен разрабатывать маркетинговую стратегию для продукции СМИ;</p> <p><b>ПК-8.</b> Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ</p> <p><b>ПК-10.</b> Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПК -5.1. . использует современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты для проведения маркетинговых исследований в области СМИ</p> <p>ПК -5.2. выявляет факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей</p> <p>ПК -5.3. составляет аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования в области СМИ.</p> <p><b>ПК-6.1.</b> Знает основные этапы планирования маркетинговой деятельности и типовую структуру социального проекта</p> <p><b>ПК-6.2.</b> использует основные положения программы маркетингового исследования, методы и техники проведения исследования;</p> <p><b>ПК-6.3.</b> идентифицирует основные формы</p>	
----------------------	--	--	--

		<p>профессиональной научно-технической документации; использовать информационные технологии для поиска, сбора и визуализации информации по социальным программам и проектам</p> <p><b>ПК-6.4.</b> Владеет технологией разработки и реализации маркетинговой стратегии для продукции СМИ;</p> <p><b>ПК-8.1.</b> Осуществляет разработку системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ</p> <p><b>ПК-8.2.</b> Организует сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции</p> <p><b>ПК-8.3.</b> Умеет формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ</p> <p><b>ПК-8.4.</b> Знает принципы</p>	
--	--	--	--

		<p>построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ</p> <p>ПК-10.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p> <p>ПК-10.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> <p>ПК-10.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми</p>	
--	--	---	--

Приобретенные компетенции способствуют формированию профессиональных качеств квалифицированного специалиста, отвечающего требованиям профессиональных стандартов и увеличивает конкурентоспособность выпускников ОО на рынке труда.

#### **4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ПАПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Содержание и организация образовательного процесса при реализации ПАПОП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» регламентируется учебным планом бакалавриата; рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей); материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания

обучающихся; программами учебных и производственных практик; годовым календарным учебным графиком, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий

### **Примерный календарный учебный график**

В графике указывается последовательность реализации ПАПОП ВО по годам, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, каникулы.

Календарный учебный график по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» приведен в Приложении 1.

### **Примерный учебный план подготовки бакалавра**

В учебном плане отображается логическая последовательность освоения блоков, разделов ПАПОП ВО, учебных дисциплин, модулей и практик, обеспечивающих формирование компетенций. Указывается общая трудоемкость дисциплин, модулей, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в академических часах.

Для каждой дисциплины, модуля, практики указываются виды учебной работы и формы промежуточной аттестации.

Учебный план подготовки бакалавра по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» приведен в Приложении 2.

### **Примерные аннотации рабочих программ дисциплин в соответствии с примерным учебным планом подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

## **ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ**

### **Б1.О.01 СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЙ МОДУЛЬ**

#### *Аннотации*

#### **Б1.О.01.01 «Философия»**

Дисциплина «**Философия**» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее изученных дисциплинах: «История (история России, всеобщая история)», «Культурология», «Политология» и компетенциях: УК- 5, ОПК-2, ОПК-4,5.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

**Универсальные компетенции:**

(УК-1) - способен осуществлять поиск, критический анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

(УК-5) - способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием представления о предмете и роли философии в обществе, исторических типах философствования, основных течениях и школах в философии, особенностях становления и развития философской мысли в России. Философское учение о бытии, познании, диалектике как теории развития и всеобщего метода познания природы, общества, человеческой истории, происхождения и предназначения человека и смысла его жизни.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа. Преподавание дисциплины ведется на 3 курсе в 5 и 6 семестрах при очной форме обучения и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся.

Программой предусмотрены : два контроля успеваемости: в форме зачета и итоговый контроль в виде экзамена (экзаменационные билеты) в конце учебного семестра.

Основные положения философии должны быть использованы для изучения всех последующих дисциплин, прохождения практики, государственной итоговой аттестации и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **Б1.О.01.02 «Основы социологии»**

Дисциплина «**Основы социологии**» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «Правоведение» и компетенциях: УК-2, ОПК-2, ОПК-5.

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина направлена на формирование и совершенствование следующих компетенций:

#### **Универсальные компетенции:**

(УК-5) - способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

#### **Общепрофессиональные компетенции:**

(ОПК-2); - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

(ОПК-4) – способен отвечать на запросы и потребности общества и



аудитории в профессиональной деятельности;

(ОПК-5) - способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с анализом социально-исторических, экономических, культурных, естественнонаучных предпосылок возникновения отечественной социологии; раскрытием базовых теоретических подходов и перспектив видения главных тем и задач социологии ее основателями и основными отечественными представителями; толкованием и сравнительным анализом методов изучения общества в различных учениях; систематизацией основных понятий и частей учения того или иного крупного социолога.

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы составляет 4 зачетных единиц, 144 часа. Преподавание дисциплины ведется в 3 семестре при очной форме обучения и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекционные занятия, практические занятия, самостоятельная работа бакалавров.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: экзамен.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для подготовки выпускной квалификационной работы.

### **Б1.О.01.03 «Политология»**

Дисциплина «**Политология**» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров, по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «Правоведение» и компетенциях: УК-2, ОПК-2, ОПК-5.

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина направлена на формирование и совершенствование следующих компетенций:

#### **Универсальные компетенции:**

(УК-5;) - способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

#### **Общепрофессиональные компетенции:**

(ОПК-2) - способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

(ОПК-5) - способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и

мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением основных подходов к социологическому исследованию рекламной деятельности, изучение рекламы и ценностных ориентаций общества.

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы составляет 4 зачетных единиц, 144 часа. Преподавание дисциплины ведется в 3 семестре при очной форме обучения и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекционные занятия, практические занятия, самостоятельная работа бакалавров.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: экзамен.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для подготовки выпускной квалификационной работы.

#### **Б1.О.01.04 «Культурология»**

Дисциплина «Культурология» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров, по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина базируется на ранее полученных знаниях по дисциплинам «Правоведение», «Политология» и компетенциях: : УК-5, УК-2; ОПК-2, ОПК-5.

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин

Дисциплина направлена на формирование и совершенствование следующих компетенций:

(УК-5) - способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

**Общепрофессиональные компетенции:**

(ОПК-3) - Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

(ОПК-5) - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для изучения дисциплины «Социология образования и научно-исследовательской деятельности» и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

Цель дисциплины – формирование у студентов научных представлений об основных теоретических положениях социологии культуры.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с рассмотрением культуры как объекта культурологического знания, историческими аспектами становления и развития социологии культуры; изучением проблемы личности как субъекта социологических процессов; социологическим подходом к типологии культур; существование культуры повседневности, ее рассмотрение в контексте социологических исследований; определение места религии в современном мире с точки зрения ее социокультурной природы.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачётных единицы, 108 часов.

Преподавание дисциплины ведется на 4 курсе на 4 семестре при очной форме обучения предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и одна итоговая аттестации в форме зачета (вопросы к зачету).

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для изучения дисциплин «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

#### **Б1.О.01.05 «Правоведение»**

Дисциплина «Правоведение» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров, по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на изученной в школе дисциплине «Обществознание».

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

##### **Универсальные компетенции:**

(УК-2) – способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

##### **Общекультурные компетенции:**

(ОПК-2) – способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

(ОПК-5) - способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением аспектов юриспруденции: понятие и признаки права; принципы и типология права; функция права; понятие, структура и виды правоотношений; понятие и состав правонарушения; понятие юридической ответственности и её виды; базовые институты ведущих отраслей российского законодательства: конституционного, административного, гражданского, уголовного и других.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Преподавание дисциплины ведется на 1 курсе в 1 семестре, продолжительностью 16 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, контрольные работы, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и одна промежуточная аттестация в форме экзамена (экзаменационные билеты) в учебном семестре.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Правовые основы социального обеспечения инвалидов и лиц с ОВЗ» и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

#### **Б1.О.01.06 «Психология и педагогика»**

Дисциплина «**Психология и педагогика**» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров, по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина базируется на знаниях, полученных в среднеобразовательных учреждениях.

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

##### **Универсальные компетенции:**

(УК-3) - способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

(УК-6) – способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением недоступных для внешнего наблюдения психических структур и процессов с целью объяснить поведение человека и животных, а также особенности поведения отдельных людей, групп и коллективов.

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы составляет 8 зачетные единицы, 288 часов. Преподавание дисциплины ведется на 1-м курсе, в 1,2-м семестрах и предусматривает проведение занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и промежуточная аттестация в форме зачета.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при освоении дисциплины Разработка и технологии производства рекламного продукта, Имиджеология и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **Б1.О.01.07 «Конфликтология»**

Дисциплина «**Конфликтология**» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров, по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин

Дисциплина базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «Психология и педагогика» и компетенциях: УК-3, УК-6.

В процессе обучения студент приобретает и совершенствует нижеследующие компетенции:

#### **Универсальные компетенции:**

- (УК-2) - способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

- (УК-5) - способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Содержание дисциплины дает представление по ознакомлению студентов с базовыми теориями конфликта, всестороннему анализу социологических подходов к изучению конфликта, формированию у студентов научных представлений об особенностях социального конфликта, его динамике и структуре.

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы обучения составляет 4 зачетных единиц, 144 часа.

Преподавание дисциплины ведется на 2 курсе в 4 семестре при очной форме обучения и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по 2 текущих контроля успеваемости в форме тестирования и промежуточная аттестация в форме экзамена.

Основные положения и знания, полученные при освоении дисциплин Философия, История мировой и художественной культуры должны быть использованы при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

## **Б1.О.02 ИСТОРИКО-ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ МОДУЛЬ**

### **Б1.О.02.01 «История (история России, всеобщая история)»**

«Дисциплина «История (история России, всеобщая история)»» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров, по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на изученных в школе курсах дисциплинах: «История» и «Обществознание».

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

#### **Универсальные компетенции:**

- (УК-1) - способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

- (УК-5) - способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением основных этапов исторического развития России в контексте мирового исторического развития, общественных и политических институтов, создания культурных ценностей.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единицы, 288 часов. Преподавание дисциплины ведется на 1 курсе в 1-м и 2-м семестрах соответственно, продолжительностью по 16 недель в каждом и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и две промежуточной аттестации в форме экзамена (экзаменационные билеты) в 1 и 2 учебном семестре.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: Философия, История мировой и художественной культуры и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **Б1.О.02.02 «История мировой художественной культуры»**

Дисциплина **«История мировой художественной культуры»** относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров, по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «История (история России, всеобщая история)» и компетенциях: УК-1, УК-5

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

**Универсальные компетенции:**

(УК-5) - способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

**Общекультурные компетенции:**

(ОПК-3) - способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением основных этапов исторического развития России в контексте мирового исторического развития, общественных и политических институтов, создания культурных ценностей.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Преподавание дисциплины ведется на 3 курсе в 5 семестре соответственно, продолжительностью по 16 недель в каждом и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации. Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и две промежуточной аттестации в форме зачета.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: Философия и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

**Б1.О.02.03 «Иностранный язык»  
(английский, французский, немецкий языки)**

Дисциплина «Иностранный язык» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки студентов по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой иностранных языков. Дисциплина опирается на знание студентами базового курса грамматики английского языка и коммуникативные компетенции, приобретённые ими в средней общеобразовательной школе.

Дисциплина направлена на формирование следующей общекультурной компетенции:

### **Универсальные компетенции:**

(УК-4) - способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке

### **Общекультурные компетенции:**

(ОПК-1) - способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Содержание дисциплины «Иностранный язык» охватывает ряд тем, изучение которых значительно расширит кругозор студентов, позволит им ориентироваться в актуальных проблемах открытого диалога между представителями разных стран мира, как в деловом общении, так и при обмене информацией по широкому спектру вопросов в социальной и профессиональной сферах. Выполнение заданий на практических занятиях поможет сформировать устойчивые навыки разговорной речи на изучаемом языке.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 12 зачетных единиц, 432 часов. Преподавание дисциплины ведется на 1 и 2 курсе в 1-4 семестрах соответственно, предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и четыре промежуточных аттестации в форме зачета в 1 и 3 семестрах и экзамена по 2 и в 4 семестрах.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении дисциплины «Иностранный язык (деловой)».

### **Б1.О.02.04 «Иностранный язык делового общения» (английский, французский, немецкий языки)**

Дисциплина «Иностранный язык делового общения» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой иностранных языков. Дисциплина опирается на знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины «Иностранный язык» и компетенциях: УК-4, ОПК-1.

Дисциплина направлена на развитие общекультурной компетенции:

### **Универсальные компетенции:**

(УК-4) - способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке

### **Общекультурные компетенции:**



**(ОПК-1)** - способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

Содержание дисциплины «Иностранный язык (деловой)» охватывает ряд тем, изучение которых значительно расширит кругозор студентов, позволит им ориентироваться в актуальных проблемах открытого диалога между представителями разных стран мира, как в деловом общении, так и при обмене информацией по широкому спектру вопросов в социальной и профессиональной сферах. Выполнение заданий на практических занятиях поможет сформировать устойчивые навыки поиска и анализа иностранных источников информации, а также совершенствовать навыки общения будущих специалистов с партнёрами по бизнесу на иностранном языке.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часа. Преподавание дисциплины ведется на 3 курсе в 5-6 семестрах соответственно и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и два промежуточных аттестации в форме зачета и зачета с оценкой.

### **Б1.О.02.05 «Русский язык и культура речи»**

Дисциплина «Русский язык и культура речи» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой иностранных языков.

Дисциплина базируется на знаниях, полученных в среднеобразовательных учреждениях, и опирается на коммуникативные компетенции, приобретённые в средней общеобразовательной школе.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

#### **Универсальные компетенции:**

(УК-4) - способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке.

#### **Общекультурные компетенции:**

(ОПК-1) - способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением языка, речи, общения; разновидности речи, устной публичной

речи, деловой речи и риторики. Рассматриваются вопросы изучения истории русского современного и литературного языков.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часа. Преподавание дисциплины ведется на 1 курсе в 1 семестре при очной форме обучения и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов, групповые консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля успеваемости в форме тестирования, контрольная работа и заключительная аттестация в форме зачет в 1 семестре при очной форме обучения.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при изучении всех последующих дисциплин и написания выпускной квалификационной работы.

## **Б1.О.03 ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ МОДУЛЬ**

### **Б1.О.03.01 «Цифровые коммуникации»**

Дисциплина **«Цифровые коммуникации»** относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «Современные информационные технологии в социальных науках» и компетенциях: ПК-1, ПК-4.

Дисциплина реализуется кафедрой Информационных технологий и управляющих систем.

(ОПК-6) - способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

(ПК-10) - Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием у студентов основ информационной культуры, адекватной современному уровню и перспективам развития информационных процессов и систем, знаний и умений, необходимых для свободной ориентации в информационной среде и дальнейшего профессионального самообразования в области компьютерных технологий.

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы составляет 4зачетных единицы, 144 ч. Преподавание дисциплины ведется в 4 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекционные занятия, практические занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа бакалавров.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и промежуточную аттестацию в форме экзамена.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для дисциплины «Анализ больших данных в социологических исследованиях», а также при подготовке выпускной квалификационной работы.

### **Б1.О.03.02 «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях»**

Дисциплина «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой Информационных технологий и управляющих систем.

Дисциплина базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «Современные информационные технологии в социальных науках» и компетенциях: ПК-1, ПК-4.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

В процессе обучения студент приобретает и совершенствует следующую профессиональную компетенцию.

(ОПК-6) – способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

(ПК-10) - способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с возможностями, особенностями и перспективами использования современных информационных технологий в социальных науках, прогнозировании социальных процессов; основными подходами к применению информационных технологий при решении профессиональных задач социолога; ввод, обработка и анализ социологической информации;

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Преподавание дисциплины ведется на 1 курсе во 2 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и две промежуточные аттестации в форме зачета с оценкой во 2-м семестре.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для изучения дисциплин: «Цифровые коммуникации», «Анализ больших данных в социологических исследованиях» и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

## **Б1.О.04 МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ**

### **Б1.О.04.01 «Введение в коммуникационные специальности»**

Дисциплина «**Введение в коммуникационные специальности**» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров, по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина базируется на ранее полученных знаниях по обществознанию, приобретенных в средних образовательных учреждениях.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

Общепрофессиональные компетенции:

(ОПК-4) - способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

(ОПК-5) - способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением закономерностей экономической жизни общества, способов решения базовых экономических проблем в рамках экономических систем различных типов; основных микро- и макроэкономических подходов и особенностей их применения в России на современном этапе; закономерностей и принципов поведения экономических агентов в современной экономике; основных понятий, категорий и методов экономической теории; экономических законов и основных особенностей ведущих школ и направлений экономической науки.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Преподавание дисциплины ведется на 1 курсе в 1 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и одна промежуточная аттестация в форме зачета.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении дисциплин «Основы теории коммуникации,

включая деловые и межличностные коммуникации», «Интегрированные коммуникации».

#### **Б1.О.04.02. «Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации»**

Дисциплина «**Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации**» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «**Введение в коммуникационные специальности**» и компетенциях: ОПК-4, ОПК-5.

В процессе обучения студент приобретает и совершенствует нижеследующие компетенции.

Общепрофессиональные компетенции:

(ОПК-2) - способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

(ОПК-5) - способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

Профессиональные компетенции:

(ПК-9) - способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением общих свойств и закономерностей влияния опасностей и вредностей на человека и разработкой основ защиты его и среды обитания. При этом рассматривается система «человек – машина – среда обитания».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Преподавание дисциплины ведется на 2 курсе в 3 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся и консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и промежуточная аттестация в форме экзамена.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для изучения дисциплины «Теория и практика медиа

коммуникаций» и при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **Б1.О.04.03. «Теория и практика связей с общественностью»**

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «Введение в коммуникационные специальности» и компетенциях: ОПК-4, ОПК-5.

В процессе обучения студент приобретает и совершенствует нижеследующие компетенции.

#### **Общепрофессиональные компетенции:**

(ОПК-1) - способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

(ОПК-4) - способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

#### **Профессиональные компетенции:**

(ПК-9) - способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием у студентов необходимых профессиональных компетенций для работы в сфере связей с общественностью; в практическом плане ставится задача приобретения навыков использования опыта рекламы и связей с общественностью, овладения технологией проведения необходимых мероприятий в сфере связей с общественностью.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетные единицы, 288 часов. Преподавание дисциплины ведется в 3 и 4 семестрах и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: четыре текущих контроля в виде тестирования и промежуточный контроль в виде зачета, экзамена и курсовой работы.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» и при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

#### **Б1.О.04.04. «Теория и практика рекламы»**

Дисциплина «**Теория и практика рекламы**» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «**Введение в коммуникационные специальности**» и компетенциях: ОПК-4, ОПК-5.

В процессе обучения студент приобретает и совершенствует нижеследующие компетенции.

##### **Общепрофессиональные компетенции:**

(ОПК-1) - способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

(ОПК-4) - способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

(ОПК-6) - способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

##### **Профессиональные компетенции:**

(ПК-9) - способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта;

(ПК-10) - способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением основных положений и теоретических концепций рекламной деятельности. Рассматриваются различные формы и виды рекламы, дается их характеристика.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Преподавание дисциплины ведется на 2 курсе в 3 семестре, продолжительностью 16 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, контрольные работы, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и одна промежуточная аттестация в форме экзамена в 3 учебном семестре.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин : «Социология рекламы и связей с общественностью», «История рекламы», «Организация работы

отделов рекламы и связей с общественностью» и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

#### **Б1.О.04.05. «Теория и практика медиакommunikаций»**

Дисциплина «Теория и практика медиакommunikаций» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «Введение в коммуникационные специальности» и компетенциях: ОПК-4, ОПК-5.

В процессе обучения студент приобретает и совершенствует нижеследующие компетенции.

##### **Общепрофессиональные компетенции:**

(ОПК-4) - способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

##### **Профессиональные компетенции:**

(ПК-9) - способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением основных положений и теоретических концепций рекламной деятельности. Рассматриваются различные формы и виды рекламы, дается их характеристика.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Преподавание дисциплины ведется на 3 курсе в 6 семестре, продолжительностью 16 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, контрольные работы, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и одна промежуточная аттестация в форме экзамена в 6 учебном семестре.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

#### **Б1.О.04.06. «Интегрированные коммуникации»**

Дисциплина «Интегрированные коммуникации» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной



образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой дизайна.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «**Введение в коммуникационные специальности**» и компетенциях: ОПК-4, ОПК-5.

Дисциплина направлена на формирование следующих **профессиональных компетенций:**

(ПК-9) - способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта;

(ПК-10) - способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением понятия «интегрированные коммуникации», рекламы как компонент интегрированных коммуникаций в различных сферах деятельности; рассмотрения PR как компонента интегрированных коммуникаций в различных сферах деятельности; изучения принципов создания и организации специального события как инструмента интегрированных коммуникаций;

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Преподавание дисциплины ведется на 2 курсе в 4 семестре, продолжительностью 18 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, контрольные работы, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и одна промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой в 6 учебном семестре.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при изучении дисциплин: «Теория и практика медиакоммуникаций», « Организация и проведение коммуникационных кампаний» и выполнении выпускной квалификационной работы.

#### **Б1.О.04.07 «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы»**

Дисциплина «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее изученной дисциплине: «Правоведение» и компетенциях: УК-2, ОПК-2, ОПК-5.

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина направлена на формирование следующих универсальных и общепрофессиональных компетенций:

(УК-2) - способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

(ОПК-5) - способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

(ОПК-7) - способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением аспектов юриспруденции: предмет и принципы правового регулирования рекламной деятельности, правовое регулирование способов распространения рекламы, договорное регулирование предпринимательской деятельности на рекламном рынке, государственный контроль в сфере рекламной деятельности, юридическая ответственность за правонарушения в области рекламной деятельности.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Преподавание дисциплины ведется на 2 курсе в 3 семестре, продолжительностью 16 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, контрольные работы, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и одна промежуточная аттестация в форме зачета в 3 учебном семестре.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

#### **Б1.О.04.08 «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы»**

Дисциплина «**Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы**» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине **«Введение в коммуникационные специальности»** и компетенциях: ОПК-4, ОПК-5.

Дисциплина направлена на формирование и совершенствование следующих общепрофессиональных компетенции:

(ОПК-5) - способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

(ОПК-7) - способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с этическим регулированием связей с общественностью и рекламы, изучением социальной типологии личности, оценкой нравственных норм и идеалов различными социальными группами российского общества, социологическим анализом нравственного состояния российского общества в контексте социальной реальности.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Преподавание дисциплины ведется на 2 курсе в 4 семестре при очной форме обучения и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация в форме зачета в 4 учебном семестре.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для изучения дисциплин: «Социология рекламы и связей с общественностью», «Философия» и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

#### **Б1.О.04.09 «Речевая коммуникация в связи с общественностью и рекламе»**

Дисциплина **«Речевая коммуникация в связи с общественностью и рекламе»** относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Изучение данной дисциплины базируется на ранее изученных дисциплинах: «Русский язык и культура речи» и «Введение в коммуникационные специальности» и компетенциях: УК-4, ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5.

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина направлена на формирование и совершенствование следующих универсальных и общепрофессиональных компетенции:

(УК-4) - способен осуществлять социальное взаимодействие и

реализовывать свою роль в команде;

(ОПК-1) - способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением речевой коммуникации, языка, речи, общения; разновидности речи, устной публичной речи, деловой речи и риторики. Рассматриваются вопросы изучения истории русского современного и литературного языков.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Преподавание дисциплины ведется на 2 курсе в 4 семестре при очной форме обучения и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация в форме зачета в 4 учебном семестре.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для изучения дисциплин: «Социология рекламы и связей с общественностью», «Философия» и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

#### **Б1.О.04.10 «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»**

Дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «Введение в коммуникационные специальности» и компетенциях: ОПК-4, ОПК-5.

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина направлена на формирование следующих общепрофессиональных компетенции:

(ОПК-4) - способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

(ОПК-5) - способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

(ПК-10) - способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением основных экономических понятий, категорий, концепций, теорий,

методов, методик и технологий, применяемых в области исследования потребностей, спроса, рынка.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Преподавание дисциплины ведется на третьем курсе пятого семестра и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля в виде тестирования и один промежуточный контроль в виде экзамена.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при изучении дисциплин: «Теория и практика медиакоммуникаций», «Психология рекламы и связей с общественностью» и выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

#### **Б1.О.04.11 «Социология рекламы и связей с общественностью»**

Дисциплина «Социология рекламы и связей с общественностью» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «Введение в коммуникационные специальности» и компетенциях: ОПК-4, ОПК-5.

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина направлена на закрепление и усиление формирования общепрофессиональных компетенций:

(ОПК-4) - способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

(ОПК-7) - способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением основных подходов к социологическому исследованию рекламной деятельности, изучение рекламы и ценностных ориентаций общества.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Преподавание дисциплины ведется на 3 курсе в 5 семестре при очной форме обучения и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов, групповые консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и заключительная аттестация в форме экзамена.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

#### **Б1.О.04.12 «Психология рекламы и связей с общественностью»**

Дисциплина **«Психология рекламы и связей с общественностью»** относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине **«Введение в коммуникационные специальности»** и компетенциях: ОПК-4, ОПК-5.

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина направлена на формирование следующих универсальных и общепрофессиональных компетенции:

(УК-5) - способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

(ОПК-4) - способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением недоступных для внешнего наблюдения психических структур и процессов с целью объяснить поведение человека и животных, а также особенности поведения отдельных людей, групп и коллективов.

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Преподавание дисциплины ведется на 3-м курсе, в 6-м семестре и предусматривает проведение занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и промежуточная аттестация в форме зачета.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при освоении дисциплины Организация и проведение коммуникационных кампаний, Имиджеология и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

#### **Б1.О.04.13 «Организация и проведение коммуникационных кампаний»**

Дисциплина **«Организация и проведение коммуникационных кампаний»** относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине **«Введение в коммуникационные специальности»** и компетенциях: ОПК-4,

ОПК-5.

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина направлена на формирование следующих общепрофессиональных компетенции:

(ОПК-4) - способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

(ОПК-5) - способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

(ОПК-7) - способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

(ПК-9) - способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с организацией и проведением коммуникационных кампаний, изучением основных знаний и навыков профессиональной работы в отделах рекламы и связей с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах, формированием возможности прикладного применения полученных знаний в организации работы отдела рекламы и связей с общественностью.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часа. Преподавание дисциплины ведется в 7 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля в виде тестирования и один промежуточный контроль в виде зачета.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

#### **Б1.О.04.14 «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью»**

Дисциплина «**Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью**» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «**Введение в коммуникационные специальности**» и компетенциях: ОПК-4, ОПК-5.

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина направлена на формирование и совершенствование следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенции:

(ОПК-4) - способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

(ОПК-5) - способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

(ОПК-7) - способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

(ПК-9) - способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основами управления проектами в рекламе и связях с общественностью, изучением основных знаний и навыков профессиональной работы в отделах рекламы и связей с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах, формированием возможности прикладного применения полученных знаний в организации работы отдела рекламы и связей с общественностью.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа. Преподавание дисциплины ведется в 7 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля в виде тестирования и один промежуточный контроль в виде зачета.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **Б1.О.04.15 «Безопасность жизнедеятельности»**

Дисциплина **«Безопасность жизнедеятельности»** относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «Физическая культура» и компетенциях: УК-6, УК-7.

Дисциплина реализуется кафедрой Управления качеством и стандартизации.

Дисциплина направлена на формирование и совершенствование следующих универсальных компетенции:



(УК-7) - способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;

(УК-8) - способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением общих свойств и закономерностей влияния опасностей и вредностей на человека и разработкой основ защиты его и среды обитания. При этом рассматривается система «человек – машина – среда обитания».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Преподавание дисциплины ведется на 2 курсе в 3 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся и консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и промежуточная аттестация в форме зачета.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **Б1.О.04.16 «Физическая культура»**

Дисциплина «Физическая культура» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и реализуется кафедрой социальных и гуманитарных дисциплин.

Дисциплина базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных на уроках физической культуры в средних образовательных учреждениях.

В процессе обучения студент приобретает и совершенствует следующую общекультурную компетенцию:

Дисциплина направлена на формирование следующих универсальных компетенции:

(УК-6) - способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

(УК-7) - способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с укреплением здоровья студентов, повышением уровня общефизической подготовленности занимающихся (развитие физических качеств: выносливость, быстрота, сила, координация и др.), в том числе посредством самостоятельных дополнительных занятий, развитием и совершенствованием специальной физической подготовленности (по видам спорта), а также с

ознакомлением студентов с основами ЗОЖ человека и развитием профессионально-личностных качеств студента.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Преподавание физической культуры ведется на 1 курсе (1 семестр) предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекционные занятия, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме сдачи

контрольных нормативов по общей физической и специальной физической подготовке и одна промежуточная аттестация в форме зачета в 1 учебном семестре.

Основные положения дисциплины должны быть использованы при изучении дисциплины безопасность жизнедеятельности.

#### **Б1.О.04.17 «Элективные курсы по физической культуре и спорту»**

Дисциплина «Элективные курсы по физической культуре и спорту» относится к обязательной части примерной адаптированной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и реализуется кафедрой социальных и гуманитарных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «Физическая культура» и компетенциях: УК-6, УК-7.

Дисциплина направлена на формирование следующих универсальных компетенции:

(УК-6) - способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

(УК-7) - способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с укреплением здоровья студентов, повышением уровня общефизической подготовленности занимающихся (развитие физических качеств: выносливость, быстрота, сила, координация и др.), в том числе посредством самостоятельных дополнительных занятий, развитием и совершенствованием специальной физической подготовленности (по видам спорта), а также с ознакомлением студентов с основами ЗОЖ человека и развитием профессионально-личностных качеств студента.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 328 часов. Преподавание физической культуры ведется с 1-3 курс (2 – 6 семестры) предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: практические занятия, самостоятельная работа обучающихся.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме сдачи контрольных нормативов по общей

физической и специальной физической подготовке и промежуточные аттестация в форме зачета в каждом учебном семестре.

Основные положения дисциплины должны быть использованы при изучении дисциплины безопасность жизнедеятельности.

## **ЧАСТЬ, ФОРМИРУЕМАЯ УЧАСТНИКАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

### **Б1.В.01 СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ И МАРКЕТИНГОВЫЕ ОСНОВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (МОДУЛЬ)**

#### **Б1.В.01.01 «Медиапланирование»**

Дисциплина «Медиапланирование» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «**Введение в коммуникационные специальности**» и компетенциях: ОПК-4, ОПК-5.

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях в рамках дисциплин: Цифровые коммуникации, Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

#### **Профессиональных компетенций**

(ПК-1) - способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

(ПК-7) – способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;

(ПК-8) - способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.

(ПК-9) - способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием в сознании студентов целостного представления о природе коммуникативных процессов, содержании и каналах распространения коммуникативного сообщения, месте, роли и функциях средств массовой коммуникации в области экономики, политики и социальной сфере.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Преподавание дисциплины ведется в 5 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля в виде тестирования и один промежуточный контроль в виде экзамена.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при изучении дисциплины «Организация и проведение коммуникационных кампаний» и выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **Б1.В.01.02 «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»**

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях в рамках дисциплин «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы» и компетенциях: ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6, ПК-9, ПК-10.

Дисциплина направлена на формирование следующих профессиональных компетенций:

(ПК-2) – способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности;

(ПК-4) – владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением основным знаниям и навыкам профессиональной работы в отделах рекламы и связей с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах, формированием возможности прикладного применения полученных знаний в организации работы отдела рекламы и связей с общественностью.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Преподавание дисциплины ведется в 6 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции,

практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля в виде тестирования и один промежуточный контроль в виде зачета.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **Б1.В.01.03 «Маркетинг в дизайне, рекламе и PR»**

Дисциплина «Маркетинг в дизайне, рекламе и PR» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях в рамках дисциплин «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы» и компетенциях: ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6, ПК-9, ПК-10.

Дисциплина реализуется кафедрой дизайна.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

(ПК-5) - способен организовывать и проводить маркетинговые исследования в области СМИ;

(ПК-6) - способен разрабатывать маркетинговую стратегию для продукции СМИ.

(ПК-10) - способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта;

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением теоретических знаний и приобретением практических навыков в основах организации маркетинга дизайнерского или коммуникационного агентства и эффективного управления маркетингом дизайнерского или коммуникационного продукта на конкурентном рынке.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Преподавание дисциплины ведется в 6 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля в виде тестирования и один промежуточный контроль в виде экзамена.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при изучении дисциплин Интернет-маркетинг и выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

#### **Б1.В.01.04 Интернет-маркетинг**

Дисциплина «**Интернет-маркетинг**» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Изучение дисциплины базируется на ранее изученной дисциплине «Маркетинг в дизайне, рекламе и PR» и компетенциях: ПК-5, ПК-6, ПК-10.

Дисциплина направлена на формирование следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций:

(ПК-1) – способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

(ПК-5) - способен организовывать и проводить маркетинговые исследования в области СМИ;

(ПК-6) - способен разрабатывать маркетинговую стратегию для продукции СМИ;

(ПК-10) - способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием у студентов знаний технологий интернет-маркетинга, методов интернет-рекламы для работы на различных сегментах рынка, развитием навыков маркетинговых исследований в сети интернет и реализации традиционных маркетинговых задач на основе технологий интернет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Преподавание дисциплины ведется в 7 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля в виде тестирования и один промежуточный контроль в виде зачета.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при выполнении выпускной квалификационной работы.

#### **Б1.В.01.05 «Социология организаций и управления»**

Дисциплина «**Социология организаций и управления**» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение дисциплины базируется на ранее полученных знаниях в рамках дисциплин «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы» и компетенциях: ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6, ПК-9, ПК-10.

Дисциплина направлена на формирование и совершенствование следующих компетенций:

(УК-6) - способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

(ПК-2) - способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

Изучение дисциплины «Социология организаций и управления» охватывает широкий спектр вопросов, связанный с изучением: основных этапов развития теории организации, внутренней структуры организации, значения группы в организациях, социальных основ управления в организации, содержательного анализа социально-исторических, экономических, культурных, естественнонаучных предпосылок возникновения социологии управления; базовыми теоретическими подходами и перспективами видения главных тем и задач социологии управления ее основателями и основными представителями как на Западе, так и в России; толкование и сравнительный анализ методов управления общественными процессами в различных учениях; основные понятия, концепции отечественной социологии управления и т.п.

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Преподавание дисциплины ведется в 7 семестре при очной форме обучения и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекционные занятия, практические занятия, самостоятельная работа бакалавров.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля в виде тестирования и один промежуточный контроль в виде экзамена.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

#### **Блок 1.В.01.06 «Социология общественного мнения»**

Дисциплина «Социология общественного мнения» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Изучение дисциплины базируется на ранее полученных знаниях в рамках дисциплин «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы» и компетенциях: ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6, ПК-9, ПК-10.

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина базируется на ранее изученных дисциплинах: «Теория и практика связей с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций».

Дисциплина направлена на формирование и совершенствование следующих компетенций:

(УК-5) - способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

(ПК-2) - способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением возникновения массовых коммуникаций в обществе, место коммуникации в социологических теориях, эволюции социологических представлений о роли СМК в обществе.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Преподавание дисциплины ведется на 4 курсе в 7 семестре, продолжительностью 16 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов, групповые консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля успеваемости в форме тестирования, контрольная работа и заключительная аттестация в форме экзамена.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

## **БЛОК 1.В.02 ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (МОДУЛЬ)**

### **Блок 1.В.02.01 «Разработка и технологии производства рекламного продукта»**

Дисциплина «**Разработка и технологии производства рекламного продукта**» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина базируется на ранее изученной дисциплине: Теория и практика рекламы и компетенциях: ОПК-1, ОПК-4, ПК-9.



Дисциплина направлена на формирование следующих профессиональных компетенций:

(ПК-1) - способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

(ПК-4) - способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением этапов разработки и различных технологий производства рекламного продукта. Рассматриваются вопросы организации рекламных акций, разбираются различные рекламные стратегии.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетные единицы, 288 часов. Преподавание дисциплины ведется в 5, 6 семестрах, продолжительностью 16 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, контрольные работы, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и промежуточных аттестаций в форме зачета, экзамена и курсовой работы.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Теория и практика брендинга», «Дизайн в рекламе и PR» и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **Блок 1.В.02.02 «Теория и практика брендинга»**

Дисциплина «**Теория и практика брендинга**» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «**Введение в коммуникационные специальности**», «Теория и практика рекламы» и компетенциях: ОПК-4, ОПК-5, ОПК-1, ОПК-4, ПК-9.

Дисциплина направлена на формирование следующих профессиональных компетенций:

(ПК-2) - способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности;

(ПК-4) - способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением основных подходов к социологическому исследованию рекламной деятельности, изучение рекламы и ценностных ориентаций общества.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием знаний, умений и практических навыков разработки и написания коммерческого текста любых типов в ходе рекламной или PR кампании, в соответствии с заданной стратегией.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Преподавание дисциплины ведется на 4 курсе в 7 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов, групповые консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и аттестация в форме экзамена.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для подготовки выпускной квалификационной работы.

### **Блок 1.В.02.03 «Копирайтинг»**

Дисциплина «Копирайтинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее изученных дисциплинах: Русский язык и культура речи и Разработка и технологии производства рекламного продукта и компетенциях: УК-4, ОПК-1, ПК-1, ПК-4.

Дисциплина направлена на формирование следующих профессиональных компетенций:

(ПК-1) - способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

(ПК-4) - способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием знаний, умений и практических навыков разработки и написания коммерческого текста любых типов в ходе рекламной или PR кампании, в соответствии с заданной стратегией.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Преподавание дисциплины ведется на 4 курсе в 7 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов, групповые консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля успеваемости в форме тестирования, контрольная работа и заключительная аттестация в форме зачета.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для подготовки выпускной квалификационной работы.

### **Блок 1.В.02.04 «Дизайн в рекламе и PR»**

Дисциплина «Дизайн в рекламе и PR» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях в рамках дисциплин Теория и практика рекламы, Разработка и технологии производства рекламного продукта и компетенциях: ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6 , ПК-1, ПК-4, ПК-9, ПК-10.

Дисциплина реализуется кафедрой дизайна.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

#### **Профессиональные компетенции:**

(ПК-1) - способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

(ПК-4) - способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с современным дизайном в рекламе и PR, закономерностями организации фирменного стиля как основного базового элемента, определяющего дизайн в рекламе и связях с общественностью, изучением теоретических и практических основ разработки фирменного стиля, освоения методов выполнения графической составляющей коммуникационных мероприятий. Анализируются важнейшие факторы, способствующие повышению эффективности рекламных материалов, его доступности для потребителя.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Преподавание дисциплины ведется на 4 курсе в 7 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов:

лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов, групповые консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля в виде тестирования и один промежуточный контроль в виде зачета.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **Блок 1.В.02.05 «История рекламы»**

Дисциплина «История рекламы» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее изученной дисциплине: «Теория и практика рекламы» и компетенциях: ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6, ПК-9, ПК-10.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

(УК-5) - способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

(ПК-2) - способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением причин возникновения рекламы, тенденций развития различных форм рекламы. Историю развития рекламы в России и за рубежом.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Преподавание дисциплины ведется на 3 курсе в 5 семестре, продолжительностью 16 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, контрольные работы, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и одна промежуточная аттестация в форме экзамена в 5 учебном семестре.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «Практикум в сфере связей с общественностью», «Маркетинг в дизайне, рекламе и PR» и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **Блок 1.В.02.06 «Основы визуализации социальных данных»**

Дисциплина «**Основы визуализации социальных данных**» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее изученной дисциплине «**Дизайн в рекламе и PR**» и компетенциях: ПК-1, ПК-4.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

(ПК-1) - способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

(ПК-4) - способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением автоматизированных технологий анализа и визуализации социальных данных в R: автоматизированный анализ количественных социологических данных; визуализация одномерных, двумерных и многомерных распределений; направления повышения эффективности методов визуализации.

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы составляет 4 зачетных единиц, 144 часа. Преподавание дисциплины ведется в 8 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекционные занятия, практические занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа бакалавров.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля в виде тестирования и один промежуточный контроль - экзамен.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем для прохождения практики, государственной итоговой аттестации и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **Блок 1.В.02.07 «Лидогенерация и лендинг»**

Дисциплина «Лидогенерация и лендинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях в рамках дисциплин «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях», «Дизайн в рекламе и PR» и «Интернет-маркетинг» и компетенциях: ОПК-6, ПК-1, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-10

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных

дисциплин.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

(ПК-1) - способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

(ПК-4) - способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;

(ПК-10) - способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с разработкой web-страницы официального сайта заказчика, привлечением потенциальных клиентов посредством передачи заказчику персональных данных клиентов.

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы составляет 4 зачетных единиц, 144 часа. Преподавание дисциплины ведется в 8 семестре при очной форме обучения и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекционные занятия, практические занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа бакалавров.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: зачет с оценкой.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем для прохождения практики, государственной итоговой аттестации и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

## **БЛОК 1.В.ДВ.01 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ) ПО ВЫБОРУ 1 (ДВ.1)**

### **Блок 1.В.ДВ.01.01 «Современные информационные технологии в социальных науках»**

Дисциплина «Современные информационные технологии в социальных науках» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Изучение данной дисциплины базируется на изученных в школе курсах информатики.

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

(ПК-1) - способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

(ПК-4) - способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных возможностями, особенностями и перспективами использования современных информационных технологий в социальных науках, прогнозировании социальных процессов; основными подходами к применению информационных технологий при решении профессиональных задач социолога; ввод, обработка и анализ социологической информации;

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы составляет 8 зачетных единицы, 288 часов.

Преподавание дисциплины ведется на 1 курсе в 1 и 2 семестрах и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и две промежуточных аттестации в форме экзамена и курсовая работа.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для изучения дисциплин: «Анализ больших данных в социологических исследованиях», «Основы визуализации социальных данных» и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **Блок 1.В.ДВ.01.02 «Адаптированные информационные технологии»**

Дисциплина «Адаптированные информационные технологии» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой Информационных технологий и управляющих систем.

Изучение данной дисциплины базируется на изученных в школе курсах информатики.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

В процессе обучения студент приобретает и совершенствует следующие профессиональные компетенции:

(ПК-1) - способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

(ПК-4) - способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных

понятием и видами информационных технологий; возможностями, особенностями и перспективами использования современных информационных технологий в социальных науках, прогнозировании социальных процессов; основными сервисами Интернет и их использованием предприятиями.

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы составляет 8 зачетных единицы, 288 часов.

Преподавание дисциплины ведется на 1 курсе в 1 и 2 семестрах и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и две промежуточных аттестации в форме зачета, экзамена и курсовой работы.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для изучения дисциплин: Анализ больших данных в социологических исследованиях, Основы визуализации социальных данных и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

## **БЛОК 1.В.ДВ.02 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ) ПО ВЫБОРУ 2 (ДВ.2)**

### **Блок 1.В.ДВ.02.01 «Основы социального государства и гражданского общества»**

Дисциплина «**Основы социального государства и гражданского общества**» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях в рамках дисциплин «Правоведение» и компетенциях: УК-2, ОПК-2, ОПК-5.

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

В процессе обучения студент приобретает и совершенствует следующие компетенции:

(УК-1) - способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

(УК-2) - способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

(УК-8) - способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций;



(ПК-2) – способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов связанных с изучением основ функционирования социального государства, принципов, целей и направлений социальной политики государства; сущность и принципы формирования гражданского общества; приоритеты социального развития РФ, теоретические основы возникновения социального государства, как государства нового цивилизационного типа.

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы обучения составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Преподавание дисциплины ведется на 1 курсе во 2 семестре при очной форме обучения предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой во 2 семестре.

Основные положения и знания, полученные при освоении дисциплины должны быть использованы при изучении последующих дисциплин: «Философия», «Основы социологии», «Политология» и выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **Блок 1.В.ДВ.02.02 «Правовые основы социального обеспечения инвалидов и лиц с ОВЗ»**

Дисциплина «Правовые основы социального обеспечения инвалидов и лиц с ОВЗ» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях в рамках дисциплин «Правоведение» и компетенциях: УК-2, ОПК-2, ОПК-5.

Дисциплина направлена на закрепление и усиление формирования компетенции:

- (УК-1) - способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- (УК-2) - способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
- (УК-8) - способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций;
- (ПК-2) - способен строить свою профессиональную деятельность

на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением **правовых основ социального обеспечения инвалидов и лиц с ОВЗ** практики применения правовых норм, регулирующих **социальное обеспечение инвалидов и лиц с ОВЗ**.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часов. Преподавание дисциплины ведется во 2 семестре, продолжительностью 16 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов, групповые консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля успеваемости в форме тестирования, контрольная работа и заключительная аттестация в форме зачета с оценкой.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при изучении дисциплины «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра

## **БЛОК 1.В.ДВ.03 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ) ПО ВЫБОРУ 3 (ДВ.3)**

### **Блок 1.В.ДВ.03.01 «Культура труда и этика деловых отношений»**

Дисциплина **«Культура труда и этика деловых отношений»** относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина базируется на ранее изученных дисциплинах: **«Русский язык и культура речи»**, **«Введение в коммуникационные специальности»** и компетенциях: УК-4, ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5. Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина направлена на формирование следующих **компетенций**:

(УК-3) - способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

(УК-6) - способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

(ПК-2) - способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с адаптацией студентов в вузе посредством вовлечения их в процесс

саморазвития и самосовершенствования, формирования и развития у них индивидуально-личностных умений и навыков умственного труда, навыков освоения новых знаний, т.е. умения учиться, изучением истории и принципов этики деловых отношений, психологии межличностного общения, делового этикета, правил формирования имиджа.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: 3 зачётные единицы, 108 часов.

Преподавание дисциплины ведется на 1 курсе во 2 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля знаний в форме тестирования и промежуточную аттестацию в форме зачёта.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются комплементарными (дополняющими) для всех дисциплины Учебного плана.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля знаний в форме тестирования и промежуточную аттестацию в форме зачета.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при освоении дисциплин: «Лидерство и организационное поведение», «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе», «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **Блок 1.В.ДВ.03.02 «Социально-психологическая адаптация и средства коммуникации в профессиональной деятельности»**

Дисциплина **«Социально-психологическая адаптация и средства коммуникации в профессиональной деятельности»** относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина базируется на ранее изученных дисциплинах: **«Русский язык и культура речи»**, **«Введение в коммуникационные специальности»** и компетенциях: УК-4, ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5. Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина направлена на формирование следующих **компетенций:**

(УК-3) - способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

(УК-6) - способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

(ПК-2) - способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением различных аспектов социально-психологической адаптации и средств коммуникации в профессиональной деятельности, недоступных для внешнего наблюдения психических структур и процессов с целью объяснить поведение человека и животных, а также особенности поведения отдельных людей, групп и коллективов.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Преподавание дисциплины ведется во 2 семестре, продолжительностью 16 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов, групповые консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля успеваемости в форме тестирования, контрольная работа и заключительная аттестация в форме зачета.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра

## **БЛОК 1.В.ДВ.04 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ) ПО ВЫБОРУ 4 (ДВ.4)**

### **Блок 1.В.ДВ.04.01 «Имиджеология»**

Дисциплина «Имиджеология» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях в рамках дисциплины Психология и педагогика и компетенций УК-3, УК-6.

Дисциплина реализуется кафедрой прикладной психологии.

Дисциплина направлена на совершенствование следующих **компетенций:**

(УК-3) - способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

(УК-6) - способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

(ПК-2) - способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с анализом современных подходов к взаимосвязи корпоративного имиджа и корпоративной репутации, методов и средств корпоративного и персонального делового имиджирования, аспектов сохранения и поддержания корпоративного имиджа как предотвращения нежелательных для имиджа организации действий, исходящих из внешней и внутренней среды.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Преподавание дисциплины ведется в 8 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: два текущих контроля в виде тестирования и один промежуточный контроль в виде экзамена.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **Блок 1.В.ДВ.04.02 «Лидерство и организационное поведение»**

Дисциплина «**Лидерство и организационное поведение**» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина базируется на ранее изученных дисциплинах: «Введение в коммуникационные специальности», «**Культура труда и этика деловых отношений**» и компетенциях: УК-3, УК-6, ПК-2. Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

В процессе обучения студент совершенствует нижеследующие **компетенции:**

(УК-3) - способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

(УК-6) - способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

(ПК-2) - способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием у студентов системы представлений о закономерностях развития феномена лидерства, применительно к различным сферам человеческой деятельности на индивидуальном и групповом уровнях, спектр вопросов, связанный с изучением личности и ее социальной роли в развитии организации.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы, 108 часов. Преподавание дисциплины ведется на 4 курсе на 8 семестре, продолжительностью 16 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и одна итоговая аттестация в форме зачета с оценкой. Программой предусмотрены следующие виды контроля: экзамен.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при выполнении выпускной квалификационной работы.

#### **Блок 1.В.ДВ.04.02 «**

### **БЛОК 1.В.ДВ.05 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ) ПО ВЫБОРУ 5 (ДВ.5)**

#### **Блок 1.В.ДВ.05.01 «Информационное право и интеллектуальное право»**

Дисциплина «**Информационное право и интеллектуальное право**» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее изученных дисциплинах: «Правоведение», «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» и компетенциях : УК-2, ОПК-2, ОПК-5, ОПК-7.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- (УК-1) - способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

- (УК-2) - способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

- (ПК-7) - способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением аспектов юриспруденции: понятие и признаки информационного права и интеллектуального права; принципы и типология информационного права и интеллектуального права; функции информационного права и интеллектуального права; понятие, структура и виды правоотношений; базовые институты ведущих отраслей российского законодательства в сфере информационного права и интеллектуального права.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Преподавание дисциплины ведется на 4 курсе в 8 семестре, продолжительностью 16 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, контрольные работы, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и одна промежуточная аттестация в форме зачета в 8 учебном семестре.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **Блок 1.В.ДВ.05.02 Коммерческое и предпринимательское право**

Дисциплина «**Коммерческое и предпринимательское право**» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее изученных дисциплинах: «Правоведение», «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» и компетенциях : УК-2, ОПК-2, ОПК-5, ОПК-7.

Дисциплина направлена на формирование следующих общекультурных **компетенций:**

(УК-1) - способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

- (УК-2) - способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

- (ПК-7) - способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с следующих юридических аспектов: понятие, предмет, система и источники коммерческого права, правовое положение субъектов коммерческого права, правовое обеспечение развития товарного рынка, правовое положение субъектов предпринимательского права. Правовое регулирование рынка ценных бумаг, бухгалтерского учета и отчетности

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часов. Преподавание дисциплины ведется на 4 курсе в 8 семестре, продолжительностью 16 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, контрольные работы, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: по два текущих контроля успеваемости в форме тестирования и одна промежуточная аттестация в форме зачета в 8 учебном семестре.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

## **БЛОК 1.В.ДВ.06 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ) ПО ВЫБОРУ 6 (ДВ.6)**

### **Блок 1.В.ДВ.06.01 «Компьютерная графика в рекламе»**

Дисциплина «Компьютерная графика в рекламе» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина базируется на ранее изученных дисциплинах: «Цифровые коммуникации» и компетенциях: ОПК-6, ПК-10.

Дисциплина реализуется кафедрой Информационных технологий и управляющих систем.

Дисциплина направлена на формирование и совершенствование следующих компетенций:

(УК-1) способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

(ПК-1) - способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

(ПК-5) - способен организовывать и проводить маркетинговые исследования в области СМИ;

(ПК-10) - способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.



Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением компьютерной графики в рекламе и PR, организацией пользовательского интерфейса в системах компьютерной графики, визуализация данных, применением информационно-коммуникационных технологий для создания рекламы с учетом основных требований информационной безопасности.

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

Преподавание дисциплины ведется в 7 семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекционные занятия, практические занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа бакалавров.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: экзамен.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для подготовки выпускной квалификационной работы.

### **Блок 1.В.ДВ.06.02 Анализ больших данных в социологических исследованиях**

Дисциплина «Анализ больших данных в социологических исследованиях» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «Современные информационные технологии в социальных науках» и компетенциях: ПК-1, ПК4.

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина направлена на формирование и совершенствование следующих компетенций:

(УК-1) способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

(ПК-1) - способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

(ПК-5) - способен организовывать и проводить маркетинговые исследования в области СМИ;

(ПК-10) - способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением основных понятий анализа данных в области рекламы и связей с общественностью, с методикой статистической оценки рекламной

деятельности и системой статистических показателей, отражающих состояние и развитие рекламы как социального института.

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

Преподавание дисциплины ведется в 7 семестре при очной форме обучения и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекционные занятия, практические занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа бакалавров.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: экзамен.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

## **БЛОК 1.В.ДВ.07 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ) ПО ВЫБОРУ 7 (ДВ.7)**

### **Блок 1.В.ДВ.07.01 «Социология журналистики»**

Дисциплина «Социология журналистики» относится к дисциплинам по выбору, части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «Русский язык и культура речи», «Основы социологии» и компетенциях: УК-4, УК-5, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5. Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина направлена на формирование и совершенствование следующих компетенций:

- (УК-5) - способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

(ПК-2) - способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Преподавание дисциплины ведется в 8 семестре при очной форме обучения предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекционные занятия, практические занятия, самостоятельная работа бакалавров.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: зачет.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **Блок 1.В.ДВ.07.02 «Социология коммуникации»**

#### **Блок 1.В.ДВ.5**

Дисциплина «**Социология коммуникаций**» относится к дисциплинам по выбору, части, формируемой участниками образовательных отношений, примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина базируется на ранее полученных знаниях по дисциплинам «Русский язык и культура речи», «Основы социологии» и компетенциях: УК-4, УК-5, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5.

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина направлена на закрепление и усиление формирования компетенции:

(УК-5) - способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

(ПК-2) - способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением возникновения массовых коммуникаций в обществе, место коммуникации в социологических теориях, эволюции социологических представлений о роли СМК в обществе.

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы составляет 3 зачетных единицы, 108 часа. Преподавание дисциплины ведется в 8 семестре при очной форме обучения предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекционные занятия, практические занятия, самостоятельная работа бакалавров.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: зачет.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

## **БЛОК 2. ПРАКТИКА ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ**

При реализации данной программы бакалавриата предусматриваются следующие практики:

**Профессионально-ознакомительная практика**

**Профессионально-творческая**

**Преддипломная практика**

Практики являются обязательными разделами адаптированной образовательной программы бакалавриата и представляют собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Практики проводятся как на базе ОО, так и в сторонних организациях, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

Аттестация по итогам практики осуществляется на основе оценки решения обучающимися задач практики, отзыва руководителей практики об уровне его знаний и квалификации. По результатам аттестации выставляется дифференцированная оценка.

Программы **профессионально-ознакомительной, профессионально-творческой и преддипломной практик** приведены в Приложении 3, 4, 5, 6.

Блок 3. Государственная итоговая аттестация

Блок 3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

### **ФАКУЛЬТАТИВЫ**

Факультативные дисциплины призваны углублять, расширять научные и прикладные знания обучающихся, приобщать их к исследовательской деятельности, создавать условия для самоопределения личности и ее самореализации, обеспечивать разностороннюю подготовку профессиональных кадров.

Выбор факультативных дисциплин проводится обучающимися самостоятельно в соответствии с их потребностями.

#### **ФТД.01 Основы социальной политики**

Дисциплина «Основы социальной политики» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, адаптированной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «История (история России, всеобщая история)» и компетенциях: УК-1, УК-5.

В процессе обучения студент приобретает и совершенствует **универсальные компетенции:**

(УК-2) - способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

(УК-5) - способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов связанных с изучением основ социальной политики государства, ее принципов, целей и задач; затрагиваются вопросы сущности и принципов формирования социального государства; приоритеты социального развития РФ.

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы обучения составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Преподавание дисциплины ведется на 1 курсе в 2 семестре при очной форме обучения и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и промежуточная аттестация в форме зачета во 2 семестре.

Основные положения и знания, полученные при освоении дисциплины должны быть использованы при изучении последующих дисциплин: «Социология рекламы и связей с общественностью», «Социология журналистики» и выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **ФТД.01 Социология социальной сферы**

Дисциплина «Социология социальной сферы» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений примерной адаптированной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Дисциплина базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «История (история России, всеобщая история)» и компетенциях: УК-1, УК-5.

В процессе обучения студент приобретает и совершенствует нижеследующие **универсальные компетенции:**

(УК-2) - способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

(УК-5) - способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

Содержание дисциплины дает представление о современном состоянии социальной сферы, в изучении теоретико-методологических основ социологии социальной сферы и социологического анализа социальной сферы, рассмотрении структуры, функций и субъектов деятельности в социальной сфере и раскрытии специфики функционирования и управления в организациях социальной сферы, ознакомление с типологиями социальных проблем и основных моделей, направлениями политики в социальной сфере в России и за рубежом.

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной формы обучения составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Преподавание дисциплины ведется на 1 курсе в 2 семестре при очной форме обучения и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и промежуточная аттестация в форме зачета во 2 семестре.

Основные положения и знания, полученные при освоении дисциплины должны быть использованы при изучении последующих дисциплин: «Социология рекламы и связей с общественностью», «Социология журналистики» и выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

## **5. Примерные требования к условиям реализации программы бакалавриата**

Требования к условиям реализации программы бакалавриата включают в себя общесистемные требования, требования к учебно-методическому и материально-техническому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации программы бакалавриата, а также требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата.

### **Общесистемные требования:**

ОО на праве собственности и иных законных основаниях располагает материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы бакалавриата по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде ОО из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории ОО, так и вне ее. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды могут быть созданы с использованием ресурсов иных организаций.

Электронная информационно-образовательная среда ОО обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

При реализации программы бакалавриата с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий электронная информационно-образовательная среда ОО дополнительно обеспечивает:

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата; проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

Организация образовательного процесса по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется в соответствии с учебными планами, графиками

учебного процесса, расписанием занятий с учетом психофизического развития, индивидуальных возможностей, состояния здоровья обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ, а также с Индивидуальным планом реабилитации инвалидов. Образовательный процесс по образовательной программе для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ в ОО может быть реализован в следующих формах: - в общих учебных группах (совместно с другими обучающимися) без или с применением специализированных методов обучения; - в отдельных учебных группах с применением специализированных методов и технических средств обучения; - по индивидуальному плану; - с применением дистанционных образовательных технологий.

ПАПОП ВО бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» обеспечена учебно-методической документацией и материалами по всем учебным дисциплинам, содержание каждой из учебных дисциплин представлено в сети Интернет на сайте ОО (указать ссылку на сайт).

**Учебно-методическое и информационное обеспечение** основывается как на традиционных, так и на новых телекоммуникационных технологиях, что соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата).

Адаптированная профессиональная образовательная программа обеспечена учебно-методической документацией и материалами по всем учебным дисциплинам адаптированной образовательной программы. Содержание каждой из таких учебных дисциплин представлено в локальной сети образовательного учреждения.

Внеаудиторная работа обучающихся сопровождается методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение. Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания по основным изучаемым дисциплинам и сформированной по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы. При этом обеспечена возможность осуществления одновременного индивидуального доступа к такой системе всех обучающихся.

Библиотечно-информационное обеспечение учебного процесса осуществляется библиотекой ОО, которая удовлетворяет требованиям Федерального закона № 273-ФЗ «Об образовании в РФ» и ФГОС (ВО).

Основная задача библиотеки – полное и оперативное библиотечное и информационно-библиографическое обслуживание обучающихся, аспирантов, научных работников, профессорско-преподавательского состава, инженерно-технического персонала и других категорий читателей ОО в соответствии с информационными запросами на основе неограниченного доступа к электронным библиотечным системам (ЭБС) в соответствии с договорами, заключенными ОО. Библиотека обеспечивает 100% охват научно-педагогических работников и обучающихся ОО.



Библиотечный фонд ОО укомплектован печатными и (или) электронными учебными изданиями по всем дисциплинам, входящим в реализуемые основные образовательные программы и специальности ОО.

Основная и дополнительная учебная и учебно-методическая литература представлена в библиотеке в полном объеме. Источники учебной информации по всем дисциплинам учебных планов отличаются современным содержанием. Основная учебная и учебно-методическая литература, рекомендованная в качестве обязательной отвечает требованиям ФГОС (ВО).

Библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Библиотека использует современные информационные технологии для обеспечения высокого уровня образовательного процесса.

Значительная часть учебной и учебно-методической литературы представлена для изучения обучающимися в электронно-библиотечных системах и других электронных ресурсах, ссылки на которые доступны из раздела библиотеки на сайте ОО, а также в электронном каталоге библиотеки. Каждый обучающийся в ОО обеспечен доступом к электронно-библиотечным системам (ЭБС), которые содержат различные издания для информационного обеспечения образовательного и научно-исследовательского процесса.

Основным инструментом, обеспечивающим оперативный доступ к электронным ресурсам библиотеки и электронно-библиотечной системе, является Web-сайт, на котором формируется электронная библиотека.

Обеспечена возможность индивидуального неограниченного доступа к содержимому ЭБС из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, с предоставлением каждому обучающемуся возможности использования индивидуального логина и пароля для доступа к содержимому ЭБС в любое время и из любого места, без ограничения возможностей доступа каким-либо помещениями, территорией, временем или продолжительностью доступа, IP-адресами, точками доступа и другими причинами для ограничения. ОО обеспечивает доступ к ЭБС в соответствии с требованиями Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования и среднего профессионального образования для 100% обучающихся по всем образовательным программам, обеспечивается возможность полнотекстового поиска по содержимому ЭБС, предоставление изданий с сохранением вида страниц (оригинальной вёрстки) и формирования статистического отчета. В библиотеке ОО есть читальный зал, в котором имеются автоматизированные рабочие места, оснащенные компьютерами, подключёнными к Интернет. Обслуживание студентов всех форм обучения бесплатное.

Обучающиеся инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными

ресурсами (программы, учебники, учебные пособия, материалы для самостоятельной работы и т.д.) в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла;
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме, в форме электронного документа;
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося инвалида или обучающегося с ограниченными возможностями здоровья обеспечен предоставлением ему не менее чем одного учебного, методического печатного и/или электронного издания по каждому модулю (дисциплине), в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья (включая электронные базы периодических изданий).

Для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья комплектация библиотечного фонда осуществляется электронными изданиями основной и дополнительной учебной литературы по дисциплинам всех учебных циклов, изданной за последние пять лет.

В случае применения дистанционных образовательных технологий каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде с использованием специальных технических и программных средств, содержащей все электронные образовательные ресурсы, перечисленные в рабочих программах модулей (дисциплин), практик.

При использовании в образовательном процессе дистанционных образовательных технологий для инвалидов и лиц с ОВЗ предусматривается возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Образовательная организация обеспечена необходимым комплектом программного обеспечения, адаптированного при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

Обеспечена доступность, прилегающей к образовательной организации территории, входных путей, путей перемещения внутри здания для различных нозологий. Существуют в наличии средства информационно-навигационной поддержки, дублирование лестниц пандусами, подъемными платформами оборудование лестниц и пандусов поручнями, контрастная окраска дверей и лестниц, выделение мест для парковки автотранспортных средств инвалидов.

В зданиях, предназначенных для реализации программ подготовки инвалидов, существует вход, доступный для лиц с нарушением опорно-

двигательного аппарата. Помещения, где могут находиться люди на креслах-колясках, размещены на уровне доступного входа.

### **Материально-техническое обеспечение**

- Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата. Они оснащены оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определен рабочими программами дисциплин (модулей).

- Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с подключением к сети Интернет, а также обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду ОО;

- Имеется возможность замены оборудования его виртуальными аналогами;

- библиотеку (оснащенную рабочими местами для обучающихся, с доступом к базам данных и Интернет);

- Имеется учебно-научная лаборатория социологических исследований.

- По отдельным дисциплинам учебного плана занятия проходят в лабораториях, оснащенных необходимым лабораторным оборудованием.

При обучении студентов с нарушением слуха предусмотрено использование: звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями слуха, мобильной системы обучения для людей с ограниченными возможностями, портативная индукционная система. Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, телевизор), электронной доской, мультимедийной системой.

Также для инвалидов и лиц с ОВЗ по слуху предусматривается дублирование звуковой справочной информации о расписании учебных занятий визуальной (установлены мониторы с возможностью трансляции субтитров).

При обучении студентов с нарушением зрения предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможность просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видео увеличителей для удаленного просмотра.

Предусмотрено размещение в доступных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья по зрению местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий (увеличенный рельефно-контрастный шрифт и дублирование на языке Брайля).

При обучении студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата: альтернативных устройства ввода информации и других

технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата, мобильной системы обучения для людей с ограниченными возможностями, индивидуальное средство транспортировки Stairmax. Также обеспечена возможность беспрепятственного доступа обучающихся с данной формой нозологии в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения ОО.

Создание безбарьерной среды в ОО учитывает потребности следующих категорий инвалидов и лиц с ОВЗ:

- с нарушениями зрения,
- с нарушениями слуха,
- с нарушениями опорно-двигательного аппарата.

Обеспечена доступность:

- прилегающей к образовательной организации территории,
- входных путей,
- путей перемещения внутри здания.

В наличии имеются:

- оборудованные санитарно-гигиенические помещения;
- системы сигнализации и оповещения;
- доступные учебные места в лекционных аудиториях, кабинетах

для практических

- занятий, библиотеке и иных помещениях.

ОО обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства. Состав определен в рабочих программах дисциплин (модулей) и при необходимости обновляется.

Реализация ПАПОП ВО бакалавриата обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью.

### **Кадровое обеспечение**

Реализация ПАПОП ВО бакалавриата обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью.

Квалификация педагогических работников ОО отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и профессиональных стандартах.

Не менее 70 процентов численности педагогических работников ОО, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых ОО к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из

количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Не менее 5 процентов численности педагогических работников ОО, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых ОО к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (иметь стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Не менее 60 процентов численности педагогических работников ОО и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности ОО на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

Педагогические работники, проходят повышение квалификации по вопросам обучения инвалидов и лиц с ОВЗ.

К реализации ПАПОП ВО привлекаются тьюторы, психологи (педагогические психологи, специальные психологи), социальные педагоги (социальные работники), специалисты по специальным техническим и программным средствам обучения, а также при необходимости сурдопедагоги, сурдопереводчики, тифлопедагоги.

### **Финансовое обеспечение**

Условия финансового обеспечения образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» определяются в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта.

Финансовое обеспечение реализации программы бакалавриата согласно пункту 4.5.1. ФГОС ВО осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством образования и науки Российской Федерации.

## **Перечень необходимых приложений**

**Приложение 1. Примерный календарный учебный график.**

**Приложение 2. Примерный учебный план.**

**Приложение 3. Примерная программа профессионально-ознакомительной практики.**

**Приложение 4. Примерная программа профессионально-творческой практики.**

**Приложение 5. Примерная программа преддипломной практики.**

**Приложение 6. Примерная программа подготовки к процедуре защиты и защите выпускной квалификационной работы. Примерные методические рекомендации по написанию Выпускной Квалификационной Работы.**

**Приложение 7. Примерный фонд оценочных средств по дисциплинам учебного плана в полном объеме представлен на образовательном портале ОО – *(указывается ссылка на образовательный портал)***



## Приложение 2. Примерный учебный план

План одобрен Ученым советом вуза  
Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

### УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе Бакалавриата

42.03.01

Направление: Реклама и связи с общественностью

Профиль: Современные коммуникационные технологии и рекламная деятельность  
 Кафедра: \_\_\_\_\_  
 Институт: \_\_\_\_\_

Квалификация: бакалавр	
Программа подготовки: прикладной бакалавриат	
Форма обучения: очная	
Срок обучения: 4а	

Год начала подготовки (по учебному плану) \_\_\_\_\_ 2019  
 Образовательный стандарт № 512 от 08.06.2017 \_\_\_\_\_

Код		Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности
0в		связь, инновационные и коммуникационные технологии

+	Основной	Темы задач профессиональной деятельности
+	+	авторский
+	+	просекторный
+	+	социально-просветительский
+	+	технологический
+	+	маркетинговый

#### СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебно-методической работе \_\_\_\_\_  
 Начальник учебно-методического управления \_\_\_\_\_  
 Директор института \_\_\_\_\_  
 Зав. кафедрой \_\_\_\_\_









**ПРИМЕРНАЯ  
ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ  
ПРАКТИКИ  
ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ  
ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Профиль** – Современные коммуникационные технологии и рекламная деятельность

**Уровень высшего образования:** бакалавриат

**Форма обучения:** очная

**Год набора:** 2019

**Королев 2019**

**1. Перечень планируемых результатов профессионально-ознакомительной практики** заключается в получении обучающимися теоретических знаний о первичном сборе информации для материалов различных жанровых форм и подготовки материала к выходу в свет; уметь организовывать и планировать собственный рабочий процесс с учетом графика работы; принимать решения в рамках своей компетенции и нести за них ответственность с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков (формирование) по организационно-управленческой и информационно-технологической видам профессиональной деятельности.

**Тип учебной практики:** профессионально-ознакомительная практика.

**В процессе прохождения практики студент приобретает и совершенствует следующие компетенции.**

УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-2; Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-3; Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-4; Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-5; Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-6; Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

УК-7; Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

УК-8 Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

**Профессионально-ознакомительная практика предполагает решение ряда задач:**

Задачи профессионально-ознакомительной практики:

1. способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

2. владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

3. обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;

4. умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

5. умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

6. способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Наряду с указанными задачами, практику можно рассматривать как личностно-ориентированную активную форму обучения, создающую первоначальную ориентировочную основу в профессиональной деятельности.

Основной базой учебной практики является Учебно-научная лаборатория социологических исследований ОО и базовая кафедра Социологических исследований при Администрации г.о. Королев Московской области.

При определении мест прохождения практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами учитываются рекомендации, содержащиеся в заключении психолого-медико-педагогической комиссии, или рекомендации медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации или абилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером ограничений здоровья, а также с учетом характера труда и выполняемых трудовых функций.

Формы проведения практики для инвалидов и лиц с ОВЗ могут быть установлены с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

## **2 Место профессионально-ознакомительной практики (модуля) в структуре ПАПОП ВО**

Профессионально-ознакомительная практика относится к обязательной части раздела практик адаптированной образовательной программы подготовки бакалавров (Блок 2.О.01(У)) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профессионально-ознакомительная практика базируется на ранее изученных дисциплинах, таких как «Введение в коммуникационные специальности» и компетенциях:

(ОПК-4) - способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

(ОПК-5) - способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Знания и компетенции, полученные при проведении учебной практики, являются базовыми для изучения дисциплин: «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Анализ данных в области рекламы и связей с общественностью», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», а также для выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **3 Объем профессионально-ознакомительной практики и виды работы**

Общая трудоёмкость учебной практики составляет: 6 зачётных единицы, 216 часов для направлений подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

*Таблица 1*

<b>Виды занятий</b>	<b>Всего часов</b>	<b>Семестр 2</b>
<b>Общая трудоёмкость</b>	<b>216</b>	<b>216</b>
<b>Аудиторные занятия</b>	-	-
Лекции (Л)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>216</b>	<b>216</b>
Курсовые работы (проекты)	–	–
Расчетно-графические работы	–	–
Контрольная работа	–	–
Текущий контроль знаний (7 - 8, 15 - 16 недели)	–	–
<b>Вид итогового контроля</b>	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

## 4. Содержание профессионально-ознакомительной практики

### 4.1 Разделы профессионально-ознакомительной практики и виды занятий

Таблица 2

Наименование темы	Лекции, час.	Практические занятия, час.	Сам. работа, час.	Итоговый контроль	Коды компетенций
<b>Этап 1. Подготовительный этап.</b> Профессиональная PR деятельность			54	–	УК-1 УК-2 УК-3 УК-4 УК-5 УК-6 УК-7 УК-8
<b>Этап. 2. Исследовательский.</b> Сбор и анализ информации, необходимой для разработки медиапроекта, определение информационной ниши, проблемно-тематического направления, актуальной для СМИ «повестки дня», целевой аудитории.			54	–	УК-1 УК-2 УК-3 УК-4 УК-5 УК-6 УК-7 УК-8
<b>Этап 3. Аналитический .</b> Анализ практики работы ведущих отечественных и зарубежных PR-специалистов соответствующего профиля с целью совершенствования профессиональной квалификации.	–	–	54	–	УК-1 УК-2 УК-3 УК-4 УК-5 УК-6 УК-7 УК-8
<b>Этап 4. Завершающий.</b> Разработка стратегических концепций или бизнес-плана проекта, задания на их разработку, руководство проектной деятельностью	–	–	54	8	УК-1 УК-2 УК-3 УК-4 УК-5 УК-6 УК-7 УК-8
<b>Итого:</b>			<b>216</b>	<b>Зачет с оценкой</b>	



## **4.2 Содержание профессионально-ознакомительной практики**

### **Этап 1. Подготовительный.**

Организационное собрание

Инструктаж по технике безопасности.

Знакомство студентов:

- с целями и задачами практики;
- с правами и обязанностями студентов во время прохождения практики;
- с планом-графиком прохождения практики.

### **Этап 2. Исследовательский.**

Сбор и анализ информации, необходимой для разработки медиапроекта, определение информационной ниши, проблемно-тематического направления, актуальной для СМИ «повестки дня», целевой аудитории.

### **Этап 3. Аналитический.**

Анализ практики работы ведущих отечественных и зарубежных PR-специалистов соответствующего профиля с целью совершенствования профессиональной квалификации.

### **Этап 4. Завершающий .**

Оформление дневника практики. Подготовка презентации результатов исследования в программе Microsoft Office PowerPoint. Защита результатов исследования.

## **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине**

*Не предусмотрено программой практики.*

## **6 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессионально-ознакомительной практике**

Завершающим этапом практики является подведение ее итогов, которое предусматривает выявление степени выполнения студентом программы практики. По результатам аттестации выставляется дифференцированная оценка.

При оценке итогов работы студента на практике, учитываются содержание и правильность оформления студентом дневника, отзыв руководителя практики от организации - места прохождения практики и кафедры, качество ответов на вопросы в ходе защиты.

Критерии дифференцированной оценки по итогам учебной практики:

- **оценка «отлично»** - выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру оформленные в соответствии с требованиями отзыв от руководителя практики, дневник; имеет отличную

характеристику (отзыв) от руководителя предприятия; во время защиты правильно ответил на все вопросы руководителя практики от академии.

– **оценка «хорошо»** - выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру ГСД отзыв от руководителя практики с предприятия, дневник; имеет отличную характеристику (отзыв) от руководителя предприятия; но получил незначительные замечания по оформлению отчетных документов по практике или во время защиты ответил не на все вопросы руководителя практики от ОО;

– **оценка «удовлетворительно»** - выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру отзыв, дневник; но получил существенные замечания по оформлению отчетных документов по практике; или во время защиты ответил не на все вопросы руководителя практики от ОО;

– **оценка «неудовлетворительно»** - выставляется студенту, отсутствующему на закрепленном рабочем месте практики или не выполнившему программу практики, или получившему отрицательный отзыв о работе, или ответившему неверно на вопросы преподавателя при защите.

## **7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для прохождения практики**

### **Основная литература:**

1. Осипова Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. – М. : ИНФРА-М, 2019. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. – (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/textbook\\_5c6ffedda58f78.54410213](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213). - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/944854>

2. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело АНХ, 2016. - 520 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-7749-1135-6 - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/634963>

3. Учёнова В.В. История рекламы : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика», «Реклама», «Связи с общественностью» / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. – 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 495 с. - ISBN 978-5-238-01462-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1025592> - Текст : электронный. - URL: <http://znaniium.com/catalog/product/1025592>

### **Дополнительная литература:**

1. Дмитриева, Л. М. Социальная реклама [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» / [Л. М. Дмитриева и др.]; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 271 с. - (Серия «Азбука рекламы»). <http://znaniium.com/bookread2.php?book=394244>

2. Кузнецов, П. А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / П. А. Кузнецов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 127 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=377205>

3. Учёнова, В. В. История рекламы [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика», «Реклама», «Связи с общественностью» / В. В. Учёнова, Н. В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 495 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=391450>

4. Федотова, Л.Н. Общественное мнение в рекламе и связях с общественностью. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : МГУ имени М.В.Ломоносова, 2013. — 424 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/71795>

5. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68866>

6. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие. [Электронный ресурс] / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко. — Электрон. дан. — М. : Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2016. — 520 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/75182>

### ***Электронные издания:***

1. Мхитарян, С.В. Применение SPSS в маркетинговых проектах: учебно-практическое пособие / С.В. Мхитарян. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 272 с. – ISBN 978-5-374-00315-4; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90454>

2. Низаметдинов, Ш.У. Анализ данных: учебное пособие / Ш.У. Низаметдинов, В.П. Румянцев. – М.: МИФИ, 2012. – 286 с. - ISBN 978-5-7262-1687-4; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=231829>

3. Павленок, П.Д. Социология: учебное пособие / П.Д. Павленок, Л.И. Савинов, Г.Т. Журавлев. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 734 с.: ил. - Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01971-5; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255784>

4. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 294 с. – (Учебные издания для бакалавров). – ISBN 978-5-394-01470-3; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211>

5. Тезаурус социологии Тематический словарь-справочник / под ред. Ж.Т. Тощенко. – М.: Юнити-Дана, 2013. – Книга 2. Методология и методы социологических исследований. – 416 с. – (Cogito ergo sum). – ISBN 978-5-

238-02385-4; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118972>

6. Тощенко, Ж.Т. Социология: учебник / Ж.Т. Тощенко. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 608 с. – (Cogito ergo sum). – ISBN 978-5-238-02260-4; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117135>

## **8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для прохождения практики (модуля)**

1. Электронно-библиотечная система ЭБС Университетская библиотека онлайн <http://www.biblioclub.ru>

2. Электронно-библиотечная система ЭБС ZNANIUM.COM  
<http://www.znanium.com>

## **9. Методические указания по прохождению практики**

### ***Руководство практикой***

Основными нормативно-методическими документами, регламентирующими работу студентов на практике, являются программа практики и учебный план.

Утверждение базовых для прохождения практики учреждений и организаций (или конкретных подразделений) осуществляется на основе заявлений студентов и соответствующего приказа, договора с организацией или иных нормативных документов.

Руководство кафедры и деканат института обеспечивают выполнение подготовительной и текущей работы по организации и проведению практики, осуществляют контроль ее проведения. Также организуют разработку и согласование программы практики с учреждениями-базами практики; назначают из числа опытных преподавателей кафедры руководителей практики; готовят и проводят совместно с ответственным за практику преподавателем организационные собрания студентов перед началом практики; организуют на кафедре хранение отчетов и дневников студентов по практике.

### ***Отчетные документы и оценка результатов практики***

Отчетными документами по практике являются:

1. **Дневник по практике, включающий в себя отчет.** По окончании практики студент представляет на кафедру дневник по практике, подписанный руководителем практики об организации и от ВУЗа.

Отчет о практике должен содержать сведения о конкретно выполненной студентом работе в период практики.

Отчеты студентов рассматриваются руководителями практики от учебного заведения и организации базы практик.

Дневник практики оформляется на стандартных листах формата А4.

По окончании практики студенты должны сдать документацию не

позднее 3-х дней с момента окончания практики, а также защитить отчет (дневник по практике).

Защита практики представляет собой устный публичный отчет студента-практиканта, на который ему отводится 7–8 минут и ответы на вопросы руководителей практики. Устный отчет студента включает: раскрытие целей и задач практики, общую характеристику места практики, описание выполненной работы, выводы и предложения по содержанию и организации практики, совершенствованию программы практики.

К защите практики допускаются студенты, своевременно и в полном объеме выполнившие программу практики и предоставившие в указанные сроки всю отчетную документацию.

## **2. Отчет руководителя производственной практикой от предприятия / ВУЗа**

Руководители практики представляют письменный отчет, в котором описывают содержание работы каждого студента на практике.

### ***Памятка практиканту***

До начала практики необходимо выяснить на кафедре место и время прохождения практики, получить дневник практики.

Во время прохождения практики необходимо строго соблюдать правила внутреннего распорядка, установленного в организации; полностью выполнять программу (план) практики; нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками; вести научные исследования в интересах организации; вести дневник практики и по окончании практики предоставить его на подпись руководителям от ВУЗа / организации.

Дневник с отчетом предоставляются руководителям практики для оценки.

Потеря дневника равноценна не выполнению программы практики и получению неудовлетворительной оценки. Дневники хранятся на кафедре весь период обучения студента.

### ***Права и обязанности студентов во время прохождения практики***

#### **Студент во время прохождения практики обязан:**

1. Посещать все консультации и методические совещания, посвященные организации практики.

2. Знать и соблюдать правила охраны труда, выполнять действующие в организации правила внутреннего трудового распорядка.

3. В случае пропуска, опоздания сообщить руководителю заранее, объяснить причину отсутствия или опоздания, предоставить необходимые документы (справка о болезни, повестка и др.).

4. Выполнять задания, предусмотренные программой практики, требования руководителей практики.

5. Оформлять в ходе практики дневник по практике и предоставлять его непосредственным руководителям практики для проверки.

6. По завершении практики в точно указанные сроки подготовить отчет о результатах проделанной работы и защитить его с положительной оценкой.

**Студент во время прохождения практики имеет право:**

1. Обращаться к руководителям ВУЗа, руководству факультета и выпускающей кафедры по всем вопросам, возникающим в процессе практики.

2. Вносить предложения по совершенствованию процесса организации практики.

3. Пользоваться фондами библиотеки, кабинетами с выделенными линиями Интернета.

***Памятка руководителю практики***

Руководитель практики обязан: осуществлять непосредственное руководство практикой студентов на предприятии, в учреждении, организации; обеспечивать высокое качество прохождения практики студентами и строгое соответствие ее учебным планам и программам; участвовать в организованных мероприятиях перед выходом студентов на практику (установочные конференции, инструктаж по технике безопасности и охране труда и т.д.); распределять студентов по местам прохождения практики; осуществлять контроль за соблюдением нормальных условий труда и быта студентов, находящихся на практике, контролировать выполнение практикантами правил внутреннего трудового распорядка; собирать и анализировать документацию, подготовленную студентами по итогам практики, составлять отчет по итогам практики и предоставлять его на кафедру; принимать участие в мероприятиях по защите отчета (дневника по практике), оценивать работу студентов-практикантов и оформлять ведомость и зачетные книжки.

Руководитель составляет отчет о результатах прохождения учебной практики студентами, обучающимися по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Отчет включает в себя: сроки практики, цели, тематику работы, указание организации, в которой проходила практика, список студентов-практикантов с описанием выполняемой ими работы и оценкой за защиту результатов практики.

**10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

1. Программное обеспечение MSOffice (Microsoft Excel, Microsoft Office PowerPoint, Microsoft Word).

2. Электронные ресурсы библиотеки ОО.

**11 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса**

- аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран);
- комплект электронных презентаций;
- рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

***Прохождение практики инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения:***

Перечень материально-технического обеспечения:

- лекционные аудитории (оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, и имеющие выход в Интернет);
- помещения для проведения семинарских и практических занятий (оборудованные учебной мебелью);
- библиотеку (имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет);
- компьютерные классы, учебно-научную лабораторию социологических исследований.

При обучении студентов с нарушением слуха предусмотрено использование: звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями слуха, мобильной системы обучения для людей с ограниченными возможностями, портативная индукционная система. Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, телевизор), электронной доской, мультимедийной системой.

При обучении студентов с нарушением зрения предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможность просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видео увеличителей для удаленного просмотра.

При обучении студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата: альтернативных устройства ввода информации и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата, мобильной системы обучения для людей с ограниченными возможностями, индивидуальное средство транспортировки Stairmax.

**Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

## **ДНЕВНИК**

### **профессионально-ознакомительной практики**

**Ф.И.О. студента:** \_\_\_\_\_

*Руководитель практики от выпускающей кафедры:*

\_\_\_\_\_

*Место проведения профессионально-ознакомительной практики:*

\_\_\_\_\_

*Руководители практики от организации:*

\_\_\_\_\_

### **Сроки проведения практики:**

**с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ г.**

Королев  
2019







**Заведующему кафедрой**

\_\_\_\_\_ *Ф.И.О.*  
**От студента** \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

***Заявление***

Прошу разрешить проходить профессионально-ознакомительную практику в \_\_\_\_\_ и закрепить данное подразделение в качестве базы практики.

*Ф.И.О.*  
*Дата*  
*Подпись*

**ОТЧЕТ  
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ  
ПРАКТИКЕ**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Профиль:** Современные коммуникационные технологии и рекламная деятельность

**Уровень высшего образования:** бакалавриат

**Форма обучения:** очная

Королев  
2019

## Общие сведения об профессионально-ознакомительной практике

№	Группа	Курс	Кол-во студентов	Адрес прохождения практики / наименование учреждения	Руководитель практики от кафедры	Вид практики	Сроки прохождения практики

Список студентов:

№ п/п	ФИО студента	Тема	Тип работы	Содержание выполняемой работы	Оценка

## Отчет об профессионально-ознакомительной практике

---

---

---

*ФИО* руководителя практики \_\_\_\_\_  
*Подпись*  
*Дата*

**ПРИМЕРНАЯ  
ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ  
ПРАКТИКИ  
ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ  
ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Профиль –** Современные коммуникационные технологии и рекламная деятельность

**Уровень высшего образования:** бакалавриат

**Форма обучения:** очная

**Год набора:** 2019

**Королев  
2019**

**1.Перечень планируемых результатов профессионально-ознакомительной практики** заключается в получении обучающимися теоретических знаний о первичном сборе информации для материалов различных жанровых форм и подготовки материала к выходу в свет; уметь организовывать и планировать собственный рабочий процесс с учетом графика работы; принимать решения в рамках своей компетенции и нести за них ответственность с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков (формирование) по организационно-управленческой и информационно-технологической видам профессиональной деятельности.

**Тип учебной практики:** профессионально-ознакомительная практика.

**В процессе прохождения практики студент приобретает и совершенствует следующие компетенции.**

**Общепрофессиональные компетенции:**

ОПК-1; Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-2; Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3; Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4; Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-5; Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6; Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7; Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

## **Профессионально-ознакомительная практика предполагает решение ряда задач:**

Задачи профессионально-ознакомительной практики:

1. способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
2. владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;
3. обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга;
4. умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
5. умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
6. способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Наряду с указанными задачами, практику можно рассматривать как личностно-ориентированную активную форму обучения, создающую первоначальную ориентировочную основу в профессиональной деятельности.

Основной базой учебной практики является Учебно-научная лаборатория социологических исследований ОО и базовая кафедра Социологических исследований при Администрации г.о. Королев Московской области.

При определении мест прохождения практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами учитываются рекомендации, содержащиеся в заключении психолого-медико-педагогической комиссии, или рекомендации медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации или абилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером ограничений здоровья, а также с учетом характера труда и выполняемых трудовых функций.

Формы проведения практики для инвалидов и лиц с ОВЗ могут быть установлены с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

## **2 Место профессионально-ознакомительной практики (модуля) в структуре ПАПОП ВО**



Профессионально-ознакомительная практика относится к обязательной части раздела практик адаптированной образовательной программы подготовки бакалавров (Блок 2.О.01(У)) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профессионально-ознакомительная практика базируется на ранее изученных дисциплинах, таких как «Введение в коммуникационные специальности» и компетенциях:

(ОПК-4) - способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

(ОПК-5) - способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Знания и компетенции, полученные при проведении учебной практики, являются базовыми для изучения дисциплин: «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Анализ данных в области рекламы и связей с общественностью», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», а также для выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

### **3 Объем профессионально-ознакомительной практики и виды работы**

Общая трудоёмкость учебной практики составляет: 3 зачётных единицы, 108 часов для направлений подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

*Таблица 1*

Виды занятий	Всего часов	Семестр 4
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Аудиторные занятия</b>	-	-
Лекции (Л)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Курсовые работы (проекты)</b>	–	–
<b>Расчетно-графические работы</b>	–	–
<b>Контрольная работа</b>	–	–
<b>Текущий контроль знаний (7 - 8, 15 - 16 недели)</b>	–	–
<b>Вид итогового контроля</b>	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

## 4. Содержание профессионально-ознакомительной практики

### 4.1 Разделы профессионально-ознакомительной практики и виды занятий

Таблица 2

Наименование темы	Лекции, час.	Практические занятия, час.	Сам. работа, час.	Итоговый контроль	Коды компетенций
<b>Этап 1. Подготовительный этап.</b> Профессиональная PR деятельность			27	–	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7
<b>Этап. 2. Исследовательский.</b> Сбор и анализ информации, необходимой для разработки медиапроекта, определение информационной ниши, проблемно-тематического направления, актуальной для СМИ «повестки дня», целевой аудитории.			27	–	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7
<b>Этап 3. Аналитический .</b> Анализ практики работы ведущих отечественных и зарубежных PR-специалистов соответствующего профиля с целью совершенствования профессиональной квалификации.	–	–	27	–	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7
<b>Этап 4. Завершающий.</b> Разработка стратегические концепции или бизнес-плана проекта, задания на их разработку, руководство проектной деятельностью	–	–	27	8	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5 ОПК-6 ОПК-7
<b>Итого:</b>			<b>108</b>	<b>Зачет с оценкой</b>	

## **4.2 Содержание профессионально-ознакомительной практики**

### **Этап 1. Подготовительный.**

Организационное собрание

Инструктаж по технике безопасности.

Знакомство студентов:

- с целями и задачами практики;
- с правами и обязанностями студентов во время прохождения практики;
- с планом-графиком прохождения практики.

### **Этап 2. Исследовательский.**

Сбор и анализ информации, необходимой для разработки медиапроекта, определение информационной ниши, проблемно-тематического направления, актуальной для СМИ «повестки дня», целевой аудитории.

### **Этап 3. Аналитический.**

Анализ практики работы ведущих отечественных и зарубежных PR-специалистов соответствующего профиля с целью совершенствования профессиональной квалификации.

### **Этап 4. Завершающий .**

Оформление дневника практики. Подготовка презентации результатов исследования в программе Microsoft Office PowerPoint. Защита результатов исследования.

## **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине**

*Не предусмотрено программой практики.*

## **6 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессионально-ознакомительной практике**

Завершающим этапом практики является подведение ее итогов, которое предусматривает выявление степени выполнения студентом программы практики. По результатам аттестации выставляется дифференцированная оценка.

При оценке итогов работы студента на практике, учитываются содержание и правильность оформления студентом дневника, отзыв руководителя практики от организации - места прохождения практики и кафедры, качество ответов на вопросы в ходе защиты.

Критерии дифференцированной оценки по итогам учебной практики:

- **оценка «отлично»** - выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру оформленные в соответствии с требованиями отзыв от руководителя практики, дневник; имеет отличную

характеристику (отзыв) от руководителя предприятия; во время защиты правильно ответил на все вопросы руководителя практики от академии.

– **оценка «хорошо»** - выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру ГСД отзыв от руководителя практики с предприятия, дневник; имеет отличную характеристику (отзыв) от руководителя предприятия; но получил незначительные замечания по оформлению отчетных документов по практике или во время защиты ответил не на все вопросы руководителя практики от ОО;

– **оценка «удовлетворительно»** - выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру отзыв, дневник; но получил существенные замечания по оформлению отчетных документов по практике; или во время защиты ответил не на все вопросы руководителя практики от ОО;

– **оценка «неудовлетворительно»** - выставляется студенту, отсутствующему на закрепленном рабочем месте практики или не выполнившему программу практики, или получившему отрицательный отзыв о работе, или ответившему неверно на вопросы преподавателя при защите.

## **7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для прохождения практики**

### **Основная литература:**

1. Осипова Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/textbook\\_5c6ffedda58f78.54410213](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213). - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/944854>

2. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело АНХ, 2016. - 520 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-7749-1135-6 - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/634963>

3. Учёнова, В.В. История рекламы : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика», «Реклама», «Связи с общественностью» / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. - ISBN 978-5-238-01462-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1025592> - Текст : электронный. - URL: <http://znaniium.com/catalog/product/1025592>

### **Дополнительная литература:**

1. Дмитриева, Л. М. Социальная реклама [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» / [Л. М. Дмитриева и др.]; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 271 с. - (Серия «Азбука рекламы»). <http://znaniium.com/bookread2.php?book=394244>

2. Кузнецов, П. А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / П. А. Кузнецов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 127 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=377205>

3. Учёнова, В. В. История рекламы [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика», «Реклама», «Связи с общественностью» / В. В. Учёнова, Н. В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 495 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=391450>

4. Федотова, Л.Н. Общественное мнение в рекламе и связях с общественностью. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : МГУ имени М.В.Ломоносова, 2013. — 424 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/71795>

5. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68866>

6. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие. [Электронный ресурс] / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко. — Электрон. дан. — М. : Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2016. — 520 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/75182>

### ***Электронные издания:***

1. Мхитарян, С.В. Применение SPSS в маркетинговых проектах: учебно-практическое пособие / С.В. Мхитарян. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 272 с. – ISBN 978-5-374-00315-4; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90454>

2. Низаметдинов, Ш.У. Анализ данных: учебное пособие / Ш.У. Низаметдинов, В.П. Румянцев. – М.: МИФИ, 2012. – 286 с. - ISBN 978-5-7262-1687-4; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=231829>

3. Павленок, П.Д. Социология: учебное пособие / П.Д. Павленок, Л.И. Савинов, Г.Т. Журавлев. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 734 с.: ил. - Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01971-5; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255784>

4. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 294 с. – (Учебные издания для бакалавров). – ISBN 978-5-394-01470-3; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211>

5. Тезаурус социологии Тематический словарь-справочник / под ред. Ж.Т. Тощенко. – М.: Юнити-Дана, 2013. – Книга 2. Методология и методы социологических исследований. – 416 с. – (Cogito ergo sum). – ISBN 978-5-

238-02385-4; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118972>

6. Тощенко, Ж.Т. Социология: учебник / Ж.Т. Тощенко. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 608 с. – (Cogito ergo sum). – ISBN 978-5-238-02260-4; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117135>

## **8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для прохождения практики (модуля)**

1. Электронно-библиотечная система ЭБС Университетская библиотека онлайн <http://www.biblioclub.ru>

2. Электронно-библиотечная система ЭБС ZNANIUM.COM  
<http://www.znanium.com>

## **9. Методические указания по прохождению практики**

### ***Руководство практикой***

Основными нормативно-методическими документами, регламентирующими работу студентов на практике, являются программа практики и учебный план.

Утверждение базовых для прохождения практики учреждений и организаций (или конкретных подразделений) осуществляется на основе заявлений студентов и соответствующего приказа, договора с организацией или иных нормативных документов.

Руководство кафедры и деканат института обеспечивают выполнение подготовительной и текущей работы по организации и проведению практики, осуществляют контроль ее проведения. Также организуют разработку и согласование программы практики с учреждениями-базами практики; назначают из числа опытных преподавателей кафедры руководителей практики; готовят и проводят совместно с ответственным за практику преподавателем организационные собрания студентов перед началом практики; организуют на кафедре хранение отчетов и дневников студентов по практике.

### ***Отчетные документы и оценка результатов практики***

Отчетными документами по практике являются:

1. **Дневник по практике, включающий в себя отчет.** По окончании практики студент представляет на кафедру дневник по практике, подписанный руководителем практики об организации и от ВУЗа.

Отчет о практике должен содержать сведения о конкретно выполненной студентом работе в период практики.

Отчеты студентов рассматриваются руководителями практики от учебного заведения и организации базы практик.

Дневник практики оформляется на стандартных листах формата А4.

По окончании практики студенты должны сдать документацию не позднее 3-х дней с момента окончания практики, а также защитить отчет (дневник по практике).

Защита практики представляет собой устный публичный отчет студента-практиканта, на который ему отводится 7–8 минут и ответы на вопросы руководителей практики. Устный отчет студента включает: раскрытие целей и задач практики, общую характеристику места практики, описание выполненной работы, выводы и предложения по содержанию и организации практики, совершенствованию программы практики.

К защите практики допускаются студенты, своевременно и в полном объеме выполнившие программу практики и предоставившие в указанные сроки всю отчетную документацию.

## **2. Отчет руководителя производственной практикой от предприятия / ВУЗа**

Руководители практики представляют письменный отчет, в котором описывают содержание работы каждого студента на практике.

### ***Памятка практиканту***

До начала практики необходимо выяснить на кафедре место и время прохождения практики, получить дневник практики.

Во время прохождения практики необходимо строго соблюдать правила внутреннего распорядка, установленного в организации; полностью выполнять программу (план) практики; нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками; вести научные исследования в интересах организации; вести дневник практики и по окончании практики предоставить его на подпись руководителям от ВУЗа / организации.

Дневник с отчетом предоставляются руководителям практики для оценки.

Потеря дневника равноценна не выполнению программы практики и получению неудовлетворительной оценки. Дневники хранятся на кафедре весь период обучения студента.

### ***Права и обязанности студентов во время прохождения практики***

#### **Студент во время прохождения практики обязан:**

1. Посещать все консультации и методические совещания, посвященные организации практики.
2. Знать и соблюдать правила охраны труда, выполнять действующие в организации правила внутреннего трудового распорядка.
3. В случае пропуска, опоздания сообщить руководителю заранее, объяснить причину отсутствия или опоздания, предоставить необходимые документы (справка о болезни, повестка и др.).
4. Выполнять задания, предусмотренные программой практики, требования руководителей практики.
5. Оформлять в ходе практики дневник по практике и предоставлять

его непосредственным руководителям практики для проверки.

6. По завершении практики в точно указанные сроки подготовить отчет о результатах проделанной работы и защитить его с положительной оценкой.

**Студент во время прохождения практики имеет право:**

1. Обращаться к руководителям ВУЗа, руководству факультета и выпускающей кафедры по всем вопросам, возникающим в процессе практики.

2. Вносить предложения по совершенствованию процесса организации практики.

3. Пользоваться фондами библиотеки, кабинетами с выделенными линиями Интернета.

***Памятка руководителю практики***

Руководитель практики обязан: осуществлять непосредственное руководство практикой студентов на предприятии, в учреждении, организации; обеспечивать высокое качество прохождения практики студентами и строгое соответствие ее учебным планам и программам; участвовать в организованных мероприятиях перед выходом студентов на практику (установочные конференции, инструктаж по технике безопасности и охране труда и т.д.); распределять студентов по местам прохождения практики; осуществлять контроль за соблюдением нормальных условий труда и быта студентов, находящихся на практике, контролировать выполнение практикантами правил внутреннего трудового распорядка; собирать и анализировать документацию, подготовленную студентами по итогам практики, составлять отчет по итогам практики и предоставлять его на кафедру; принимать участие в мероприятиях по защите отчета (дневника по практике), оценивать работу студентов-практикантов и оформлять ведомость и зачетные книжки.

Руководитель составляет отчет о результатах прохождения учебной практики студентами, обучающимися по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Отчет включает в себя: сроки практики, цели, тематику работы, указание организации, в которой проходила практика, список студентов-практикантов с описанием выполняемой ими работы и оценкой за защиту результатов практики.

**10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

1. Программное обеспечение MSOffice (Microsoft Excel, Microsoft Office PowerPoint, Microsoft Word).

2. Электронные ресурсы библиотеки ОО.

**11 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса**



- аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран);
- комплект электронных презентаций;
- рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

***Прохождение практики инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения:***

Перечень материально-технического обеспечения:

- лекционные аудитории (оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, и имеющие выход в Интернет);
- помещения для проведения семинарских и практических занятий (оборудованные учебной мебелью);
- библиотеку (имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет);
- компьютерные классы, учебно-научную лабораторию социологических исследований.

При обучении студентов с нарушением слуха предусмотрено использование: звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями слуха, мобильной системы обучения для людей с ограниченными возможностями, портативная индукционная система. Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, телевизор), электронной доской, мультимедийной системой.

При обучении студентов с нарушением зрения предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможность просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видео увеличителей для удаленного просмотра.

При обучении студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата: альтернативных устройства ввода информации и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата, мобильной системы обучения для людей с ограниченными возможностями, индивидуальное средство транспортировки Stairmax.

**Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

## **ДНЕВНИК**

### **профессионально-ознакомительной практики**

**Ф.И.О. студента:** \_\_\_\_\_

*Руководитель практики от выпускающей кафедры:*

\_\_\_\_\_

*Место проведения профессионально-ознакомительной практики:*

\_\_\_\_\_

*Руководители практики от организации:*

\_\_\_\_\_

**Сроки проведения практики:**

**с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ г.**

Королев  
2019





**Заведующему кафедрой**

\_\_\_\_\_ *Ф.И.О.*  
**От студента** \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

***Заявление***

Прошу разрешить проходить профессионально-ознакомительную практику в \_\_\_\_\_ и закрепить данное подразделение в качестве базы практики.

Ф.И.О.  
Дата  
Подпись

**ОТЧЕТ  
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ  
ПРАКТИКЕ**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Профиль:** Современные коммуникационные технологии и рекламная деятельность

**Уровень высшего образования:** бакалавриат

**Форма обучения:** очная

Королев  
2019

**Общие сведения об профессионально-ознакомительной практике**

	<b>Группа</b>	<b>Курс</b>	<b>Кол-во студентов</b>	<b>Адрес прохождения практики / наименование учреждения</b>	<b>Руководитель практики от кафедры</b>	<b>Вид практики</b>	<b>Сроки прохождения практики</b>

**Список студентов:**

<b>№ п/п</b>	<b>ФИО студента</b>	<b>Тема</b>	<b>Тип работы</b>	<b>Содержание выполняемой работы</b>	<b>Оценка</b>

**Отчет об профессионально-ознакомительной практике**

---

---

---

*ФИО руководителя практики* \_\_\_\_\_ *Подпись*

*Дата*

**ПРИМЕРНАЯ  
ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ  
ПРАКТИКИ  
ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ  
ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

**Направление подготовки:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Профиль:** Современные коммуникационные технологии и рекламная деятельность

**Уровень высшего образования:** бакалавриат

**Форма обучения:** очная

**Год набора:** 2019

Королев

2019



## **1. Перечень планируемых результатов профессионально-творческой практики**

**Целью профессионально-творческой практики** является получение студентами профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, а также сбор первичной эмпирической информации для подготовки выпускной квалификационной работы.

**Тип производственной практики:** профессионально-творческая практика.

**В процессе прохождения практики студент приобретает и совершенствует следующие компетенции.**

### **Профессиональные компетенции:**

ПК-9. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыт;

ПК-10. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

**Профессионально-творческая практика предполагает решение ряда задач:**

1. Формирование профессиональных компетенций у студентов.
2. Обучение студентов профессионально-значимым умениям и навыкам.
3. Привлечение студентов к участию в научно-исследовательской работе в сторонних организациях.
4. Сбор эмпирических данных и развитие способностей к анализу различных видов научной и аналитической информации.
5. Становление профессионального мышления студентов-бакалавров.
6. Расширение и систематизация знаний, полученных при изучении специализированных дисциплин, закрепление их на практике.

Наряду с указанными задачами, практику можно рассматривать как личностно-ориентированную активную форму обучения, создающую первоначальную ориентировочную основу в профессиональной деятельности.

Основной базой производственной практики является Учебно-научная лаборатория социологических исследований ОО.

## **2. Место профессионально-ознакомительной практики (модуля) в структуре ПАПОП ВО**

Профессионально-творческая практика относится к Блоку 2 «Практики» адаптированной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», в который входят учебная и производственная, в том числе преддипломная практики.

Знания и компетенции, полученные при проведении производственной практики, являются базовыми для выполнения выпускной квалификационной работы бакалавров.

При определении мест прохождения практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами учитываются рекомендации, содержащиеся в заключении психолого-медико-педагогической комиссии, или рекомендации медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации или абилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером ограничений здоровья, а также с учетом характера труда и выполняемых трудовых функций.

Формы проведения практики для инвалидов и лиц с ОВЗ могут быть установлены с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

### **3. Объем производственной практики и виды учебной работы**

#### **3 Объем профессионально-творческой практики и виды работы**

Общая трудоёмкость учебной практики составляет: 3 зачётных единицы, 108 часов для направлений подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

*Таблица 1*

<b>Виды занятий</b>	<b>Всего часов</b>	<b>Семестр 4</b>
<b>Общая трудоёмкость</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Аудиторные занятия</b>	-	-
Лекции (Л)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Курсовые работы (проекты)</b>	–	–
<b>Расчетно-графические работы</b>	–	–

<b>Контрольная работа</b>	–	–
<b>Текущий контроль знаний (7 - 8, 15 - 16 недели)</b>	–	–
<b>Вид итогового контроля</b>	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

## 4. Содержание профессионально- творческой практики

### 4.1 Разделы профессионально- творческой практики и виды занятий

*Таблица 2*

<b>Наименование темы</b>	<b>Лекции, час.</b>	<b>Практиче ские занятия, час.</b>	<b>Сам. рабо та, час.</b>	<b>Итоговый контроль</b>	<b>Коды компетенци й</b>
<b>Этап 1. Подготовительный этап.</b> Профессионально-творческая PR деятельность			<b>27</b>	–	ПК- 9 ПК-10
<b>Этап. 2. Исследовательский.</b> Сбор и анализ информации, необходимой для разработки медиапроекта, определение информационной ниши, проблемно-тематического направления, актуальной для СМИ «повестки дня», целевой аудитории.			<b>27</b>	–	ПК- 9 ПК-10
<b>Этап 3. Аналитический .</b> Анализ практики работы ведущих отечественных и зарубежных PR-специалистов соответствующего профиля с целью совершенствования профессиональной квалификации.	–	–	<b>27</b>	–	ПК- 9 ПК-10
<b>Этап 4. Завершающий.</b> Разработка стратегических концепций или бизнес-плана проекта, задания на их разработку, руководство проектной деятельностью	–	–	<b>27</b>	8	ПК- 9 ПК-10
<b>Итого:</b>			<b>108</b>	<b>Зачет с оценкой</b>	

## **4.2 Содержание профессионально-ознакомительной практики**

### **Этап 1. Подготовительный.**

Организационное собрание

Инструктаж по технике безопасности.

Знакомство студентов:

- с целями и задачами практики;
- с правами и обязанностями студентов во время прохождения практики;
- с планом-графиком прохождения практики.

### **Этап 2. Исследовательский.**

Сбор и анализ информации, необходимой для разработки медиапроекта, определение информационной ниши, проблемно-тематического направления, актуальной для СМИ «повестки дня», целевой аудитории.

### **Этап 3. Аналитический.**

Анализ практики работы ведущих отечественных и зарубежных PR-специалистов соответствующего профиля с целью совершенствования профессиональной квалификации.

### **Этап 4. Завершающий.**

Оформление дневника практики. Подготовка презентации результатов исследования в программе Microsoft Office PowerPoint. Защита результатов исследования.

## **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине**

*Не предусмотрено программой практики.*

## **6 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессионально-ознакомительной практике**

Завершающим этапом практики является подведение ее итогов, которое предусматривает выявление степени выполнения студентом программы практики. По результатам аттестации выставляется дифференцированная оценка.

При оценке итогов работы студента на практике, учитываются содержание и правильность оформления студентом дневника, отзыв руководителя практики от организации – места прохождения практики и кафедры, качество ответов на вопросы в ходе защиты.

Критерии дифференцированной оценки по итогам учебной практики:

– **оценка «отлично»** - выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру оформленные в соответствии с требованиями отзыв от руководителя практики, дневник; имеет отличную характеристику (отзыв) от руководителя предприятия; во время защиты правильно ответил на все вопросы руководителя практики от академии.

– **оценка «хорошо»** - выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру ГСД отзыв от руководителя практики с предприятия, дневник; имеет отличную характеристику (отзыв) от руководителя предприятия; но получил незначительные замечания по оформлению отчетных документов по практике или во время защиты ответил не на все вопросы руководителя практики от ОО;

– **оценка «удовлетворительно»** - выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру отзыв, дневник; но получил существенные замечания по оформлению отчетных документов по практике; или во время защиты ответил не на все вопросы руководителя практики от ОО;

– **оценка «неудовлетворительно»** - выставляется студенту, отсутствующему на закрепленном рабочем месте практики или не выполнившему программу практики, или получившему отрицательный отзыв о работе, или ответившему неверно на вопросы преподавателя при защите.

## **7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимых для прохождения практики**

### **Основная литература:**

1. Осипова Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/textbook\\_5c6ffedda58f78.54410213](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/944854>

2. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело АНХ, 2016. - 520 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-7749-1135-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/634963>

3. Учёнова, В.В. История рекламы : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика», «Реклама», «Связи с общественностью» / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. - ISBN 978-5-238-01462-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1025592> - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1025592>

### **Дополнительная литература:**

1. Колокольникова, А.И. Excel 2013 для менеджеров в примерах /

А.И. Колокольникова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 329 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275267>

2. Логунова, Л.Ю. Методология социологических исследований: учебное пособие / Л.Ю. Логунова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Кемеровский государственный университет»; Ответственный редактор Л.Л. Шпак. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2014. – 92 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=278902>

3. Поляков, В.А. Основы рекламы: учебное пособие / В.А. Поляков, Г.А. Васильев. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 718 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432>

4. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, А.А. Романов, Г.А. Васильев и др. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 240 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651>

5. Солдатова, С.Э. Методы исследований в менеджменте: лабораторный практикум: учебно-наглядное пособие для обучающихся по направлению 080200.68 "Менеджмент" / С.Э. Солдатова, Н.Ю. Лукьянова, Л.М. Чеглакова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 103 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241853>

6. Федосеев, В.В. Математическое моделирование в экономике и социологии труда: методы, модели, задачи: учебное пособие / В.В. Федосеев. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 167 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114723>

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для прохождения практики (модуля)**

1. Электронно-библиотечная система ЭБС Университетская библиотека онлайн <http://www.biblioclub.ru>

2. Электронно-библиотечная система ЭБС ZNANIUM.COM <http://www.znanium.com>

## **9. Методические указания по прохождению практики**

### ***Руководство практикой***

Основными нормативно-методическими документами, регламентирующими работу студентов на практике, являются программа практики и учебный план.

Утверждение базовых для прохождения практики учреждений и организаций (или конкретных подразделений) осуществляется на основе заявлений студентов и соответствующего приказа, договора с организацией или иных нормативных документов.

Руководство кафедры и деканат института обеспечивают выполнение подготовительной и текущей работы по организации и проведению практики, осуществляют контроль ее проведения. Также организуют разработку и согласование программы практики с учреждениями-базами практики; назначают из числа опытных преподавателей кафедры руководителей практики; готовят и проводят совместно с ответственным за практику преподавателем организационные собрания студентов перед началом практики; организуют на кафедре хранение отчетов и дневников студентов по практике.

### ***Отчетные документы и оценка результатов практики***

Отчетными документами по практике являются:

1. **Дневник по практике, включающий в себя отчет.** По окончании практики студент представляет на кафедру дневник по практике, подписанный руководителем практики об организации и от ВУЗа.

Отчет о практике должен содержать сведения о конкретно выполненной студентом работе в период практики.

Отчеты студентов рассматриваются руководителями практики от учебного заведения и организации базы практик.

Дневник практики оформляется на стандартных листах формата А4.

По окончании практики студенты должны сдать документацию не позднее 3-х дней с момента окончания практики, а также защитить отчет (дневник по практике).

Защита практики представляет собой устный публичный отчет студента-практиканта, на который ему отводится 7–8 минут и ответы на вопросы руководителей практики. Устный отчет студента включает: раскрытие целей и задач практики, общую характеристику места практики, описание выполненной работы, выводы и предложения по содержанию и организации практики, совершенствованию программы практики.

К защите практики допускаются студенты, своевременно и в полном объеме выполнившие программу практики и предоставившие в указанные сроки всю отчетную документацию.

### **2. Отчет руководителя практикой от предприятия / ВУЗа**

Руководители практики представляют письменный отчет, в котором описывают содержание работы каждого студента на практике.

### ***Памятка практиканту***

До начала практики необходимо выяснить на кафедре место и время прохождения практики, получить дневник практики.

Во время прохождения практики необходимо строго соблюдать правила внутреннего распорядка, установленного в организации; полностью выполнять программу (план) практики; нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками; вести научные исследования в интересах организации; вести дневник практики и по окончании практики предоставить его на подпись руководителям от ВУЗа / организации.

Дневник с отчетом предоставляются руководителям практики для оценки.

Потеря дневника равноценна невыполнению программы практики и получению неудовлетворительной оценки. Дневники хранятся на кафедре весь период обучения студента.

### ***Права и обязанности студентов во время прохождения практики***

#### **Студент во время прохождения практики обязан:**

1. Посещать все консультации и методические совещания, посвященные организации практики.
2. Знать и соблюдать правила охраны труда, выполнять действующие в организации правила внутреннего трудового распорядка.
3. В случае пропуска, опоздания сообщить руководителю заранее, объяснить причину отсутствия или опоздания, предоставить необходимые документы (справка о болезни, повестка и др.).
4. Выполнять задания, предусмотренные программой практики, требования руководителей практики.
5. Оформлять в ходе практики дневник по практике и предоставлять его непосредственным руководителям практики для проверки.
6. По завершении практики в точно указанные сроки подготовить отчет о результатах проделанной работы и защитить его с положительной оценкой.

#### **Студент во время прохождения практики имеет право:**

1. Обращаться к руководителям ВУЗа, руководству института и выпускающей кафедры по всем вопросам, возникающим в процессе практики.
2. Вносить предложения по совершенствованию процесса организации практики.
3. Пользоваться фондами библиотеки, кабинетами с выделенными линиями Интернета.

### ***Памятка руководителю практики***

Руководитель практики обязан: осуществлять непосредственное руководство практикой студентов на предприятии, в учреждении, организации; обеспечивать высокое качество прохождения практики студентами и строгое соответствие ее учебным планам и программам; участвовать в организованных мероприятиях перед выходом студентов на практику (установочные конференции, инструктаж по технике безопасности и охране труда и т.д.); распределять студентов по местам прохождения практики; осуществлять контроль за соблюдением нормальных условий труда и быта студентов, находящихся на практике, контролировать выполнение практикантами правил внутреннего трудового распорядка; собирать и анализировать документацию, подготовленную студентами по итогам практики, составлять отчет по итогам практики и предоставлять его на кафедру; принимать участие в мероприятиях по защите отчета (дневника



по практике), оценивать работу студентов-практикантов и оформлять ведомость и зачетные книжки.

Руководитель составляет отчет о результатах прохождения практики студентами, обучающимися по направлению подготовки 39.03.02 «Социальная работа».

Отчет включает в себя: сроки практики, цели, тематику работы, указание организации, в которой проходила практика, список студентов-практикантов с описанием выполняемой ими работы и оценкой за защиту результатов практики.

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

1. Программное обеспечение MSOffice (Microsoft Excel, Microsoft Office PowerPoint, Microsoft Word).

2. Электронные ресурсы библиотеки.

#### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса**

- аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран);
- комплект электронных презентаций;
- рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

*Прохождение практики инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения:*

Перечень материально-технического обеспечения:

- лекционные аудитории (оборудованные видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, и имеющие выход в Интернет);
- помещения для проведения семинарских и практических занятий (оборудованные учебной мебелью);
- библиотеку (имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет);
- компьютерные классы, учебно-научную лабораторию социологических исследований.

При обучении студентов с нарушением слуха предусмотрено использование: звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями слуха, мобильной системы обучения для людей с ограниченными возможностями, портативная индукционная система. Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, телевизор), электронной доской, мультимедийной системой.

При обучении студентов с нарушением зрения предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможность просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видео увеличителей для удаленного просмотра.

При обучении студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата: альтернативных устройства ввода информации и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата, мобильной системы обучения для людей с ограниченными возможностями, индивидуальное средство транспортировки Stairmax.

**ПРИМЕРНАЯ  
ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ  
ПРАКТИКИ  
ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ  
ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

**Направление подготовки:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Профиль:** Современные коммуникационные технологии и рекламная  
деятельность

**Уровень высшего образования:** бакалавриат

**Форма обучения:** очная

**Год набора:** 2019

Королев

2019

## **1. Перечень планируемых результатов профессионально-творческой практики**

**Целью профессионально-творческой практики** является получение студентами профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, а также сбор первичной эмпирической информации для подготовки выпускной квалификационной работы.

**Тип производственной практики:** профессионально-творческая практика.

**В процессе прохождения практики студент приобретает и совершенствует следующие компетенции.**

**Общепрофессиональные компетенции:**

ПК-1. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

ПК-4. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-5. Способен организовывать и проводить маркетинговые исследования в области СМИ

**Профессионально-творческая практика предполагает решение ряда задач:**

1. Формирование профессиональных компетенций у студентов.
2. Обучение студентов профессионально-значимым умениям и навыкам.
3. Привлечение студентов к участию в научно-исследовательской работе в сторонних организациях.
4. Сбор эмпирических данных и развитие способностей к анализу различных видов научной и аналитической информации.
5. Становление профессионального мышления студентов-бакалавров.
6. Расширение и систематизация знаний, полученных при изучении специализированных дисциплин, закрепление их на практике.

Наряду с указанными задачами, практику можно рассматривать как личностно-ориентированную активную форму обучения, создающую первоначальную ориентировочную основу в профессиональной деятельности.

Основной базой производственной практики является Учебно-научная лаборатория социологических исследований ОО.

При определении мест прохождения практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами учитываются рекомендации, содержащиеся в заключении психолого-медико-педагогической комиссии, или рекомендации медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации или абилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером ограничений здоровья, а также с учетом характера труда и выполняемых трудовых функций.

Формы проведения практики для инвалидов и лиц с ОВЗ могут быть установлены с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

## **2. Место профессионально-ознакомительной практики (модуля) в структуре ПАПОП ВО**

Профессионально-творческая практика относится к Блоку 2 «Практики» адаптированной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», в который входят учебная и производственная, в том числе преддипломная практики.

Знания и компетенции, полученные при проведении производственной практики, являются базовыми для выполнения выпускной квалификационной работы бакалавров.

## **3. Объем профессионально-творческой практики и виды работы**

Общая трудоёмкость учебной практики составляет: 6 зачётных единиц, 2168 часов для направлений подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

*Таблица 1*

<b>Виды занятий</b>	<b>Всего часов</b>	<b>Семестр 6</b>
<b>Общая трудоёмкость</b>	<b>216</b>	<b>216</b>
<b>Аудиторные занятия</b>	-	-
Лекции (Л)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>216</b>	<b>216</b>
<b>Курсовые работы (проекты)</b>	–	–
<b>Расчетно-графические работы</b>	–	–

<b>Контрольная работа</b>	–	–
<b>Текущий контроль знаний (7 - 8, 15 - 16 недели)</b>	–	–
<b>Вид итогового контроля</b>	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

## 4. Содержание профессионально- творческой практики

### 4.1 Разделы профессионально- творческой практики и виды занятий

*Таблица 2*

<b>Наименование темы</b>	<b>Лекции, час.</b>	<b>Практические занятия, час.</b>	<b>Сам. работа, час.</b>	<b>Итоговый контроль</b>	<b>Коды компетенций</b>
<b>Этап 1. Подготовительный этап.</b> Профессионально-творческая PR деятельность			<b>54</b>	–	ПК-1 ПК- 2 ПК-4 ПК-5
<b>Этап. 2. Исследовательский.</b> Сбор и анализ информации, необходимой для разработки медиапроекта, определение информационной ниши, проблемно-тематического направления, актуальной для СМИ «повестки дня», целевой аудитории.			<b>54</b>	–	ПК-1 ПК- 2 ПК-4 ПК-5
<b>Этап 3. Аналитический .</b> Анализ практики работы ведущих отечественных и зарубежных PR-специалистов соответствующего профиля с целью совершенствования профессиональной квалификации.	–	–	<b>54</b>	–	ПК-1 ПК- 2 ПК-4 ПК-5
<b>Этап 4. Завершающий.</b> Разработка стратегических концепций или бизнес-плана проекта, задания на их разработку, руководство проектной деятельностью	–	–	<b>54</b>	8	ПК-1 ПК- 2 ПК-4 ПК-5
<b>Итого:</b>			<b>216</b>	<b>Зачет с оценкой</b>	

## **4.2 Содержание профессионально-ознакомительной практики**

### **Этап 1. Подготовительный.**

Организационное собрание

Инструктаж по технике безопасности.

Знакомство студентов:

- с целями и задачами практики;
- с правами и обязанностями студентов во время прохождения практики;
- с планом-графиком прохождения практики.

### **Этап 2. Исследовательский.**

Сбор и анализ информации, необходимой для разработки медиапроекта, определение информационной ниши, проблемно-тематического направления, актуальной для СМИ «повестки дня», целевой аудитории.

### **Этап 3. Аналитический.**

Анализ практики работы ведущих отечественных и зарубежных PR-специалистов соответствующего профиля с целью совершенствования профессиональной квалификации.

### **Этап 4. Завершающий .**

Оформление дневника практики. Подготовка презентации результатов исследования в программе Microsoft Office PowerPoint. Защита результатов исследования.

## **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине**

*Не предусмотрено программой практики.*

## **6 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессионально-ознакомительной практике**

Завершающим этапом практики является подведение ее итогов, которое предусматривает выявление степени выполнения студентом программы практики. По результатам аттестации выставляется дифференцированная оценка.

При оценке итогов работы студента на практике, учитываются содержание и правильность оформления студентом дневника, отзыв руководителя практики от организации - места прохождения практики и кафедры, качество ответов на вопросы в ходе защиты.

Критерии дифференцированной оценки по итогам учебной практики:

– **оценка «отлично»** - выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру оформленные в соответствии с требованиями отзыв от руководителя практики, дневник; имеет отличную характеристику (отзыв) от руководителя предприятия; во время защиты правильно ответил на все вопросы руководителя практики от академии.

– **оценка «хорошо»** - выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру ГСД отзыв от руководителя практики с предприятия, дневник; имеет отличную характеристику (отзыв) от руководителя предприятия; но получил незначительные замечания по оформлению отчетных документов по практике или во время защиты ответил не на все вопросы руководителя практики от ОО;

– **оценка «удовлетворительно»** - выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру отзыв, дневник; но получил существенные замечания по оформлению отчетных документов по практике; или во время защиты ответил не на все вопросы руководителя практики от ОО;

– **оценка «неудовлетворительно»** - выставляется студенту, отсутствующему на закрепленном рабочем месте практики или не выполнившему программу практики, или получившему отрицательный отзыв о работе, или ответившему неверно на вопросы преподавателя при защите.

## **7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для прохождения практики**

### **Основная литература:**

1. Осипова Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/textbook\\_5c6ffedda58f78.54410213](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/944854>

2. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело АНХ, 2016. - 520 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-7749-1135-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/634963>

3. Учёнова, В.В. История рекламы : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика», «Реклама», «Связи с общественностью» / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. - ISBN 978-5-238-01462-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1025592> - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1025592>

### **Дополнительная литература:**

1. Климантова, Г.И. Методология и методы социологического исследования. Учебник для бакалавров / Г.И. Климантова, Е.М. Черняк,



А.А. Щегорцов. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 256 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221289>

2. Колокольникова, А.И. Excel 2013 для менеджеров в примерах / А.И. Колокольникова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 329 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275267>

2. Логунова, Л.Ю. Методология социологических исследований: учебное пособие / Л.Ю. Логунова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Кемеровский государственный университет»; Ответственный редактор Л.Л. Шпак. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2014. – 92 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=278902>

3. Поляков, В.А. Основы рекламы: учебное пособие / В.А. Поляков, Г.А. Васильев. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 718 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432>

4. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, А.А. Романов, Г.А. Васильев и др. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 240 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651>

5. Солдатова, С.Э. Методы исследований в менеджменте: лабораторный практикум: учебно-наглядное пособие для обучающихся по направлению 080200.68 "Менеджмент" / С.Э. Солдатова, Н.Ю. Лукьянова, Л.М. Чеглакова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 103 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241853>

6. Федосеев, В.В. Математическое моделирование в экономике и социологии труда: методы, модели, задачи: учебное пособие / В.В. Федосеев. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 167 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114723>

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для прохождения практики (модуля)**

1. Электронно-библиотечная система ЭБС Университетская библиотека онлайн <http://www.biblioclub.ru>

2. Электронно-библиотечная система ЭБС ZNANIUM.COM  
<http://www.znanium.com>

## **9. Методические указания по прохождению практики**

### ***Руководство практикой***

Основными нормативно-методическими документами, регламентирующими работу студентов на практике, являются программа практики и учебный план.

Утверждение базовых для прохождения практики учреждений и организаций (или конкретных подразделений) осуществляется на основе заявлений студентов и соответствующего приказа, договора с организацией или иных нормативных документов.

Руководство кафедры и деканат института обеспечивают выполнение подготовительной и текущей работы по организации и проведению практики, осуществляют контроль ее проведения. Также организуют разработку и согласование программы практики с учреждениями-базами практики; назначают из числа опытных преподавателей кафедры руководителей практики; готовят и проводят совместно с ответственным за практику преподавателем организационные собрания студентов перед началом практики; организуют на кафедре хранение отчетов и дневников студентов по практике.

### ***Отчетные документы и оценка результатов практики***

Отчетными документами по практике являются:

**1. Дневник по практике, включающий в себя отчет.** По окончании практики студент представляет на кафедру дневник по практике, подписанный руководителем практики об организации и от ВУЗа.

Отчет о практике должен содержать сведения о конкретно выполненной студентом работе в период практики.

Отчеты студентов рассматриваются руководителями практики от учебного заведения и организации базы практик.

Дневник практики оформляется на стандартных листах формата А4.

По окончании практики студенты должны сдать документацию не позднее 3-х дней с момента окончания практики, а также защитить отчет (дневник по практике).

Защита практики представляет собой устный публичный отчет студента-практиканта, на который ему отводится 7–8 минут и ответы на вопросы руководителей практики. Устный отчет студента включает: 140

раскрытие целей и задач практики, общую характеристику места практики, описание выполненной работы, выводы и предложения по содержанию и организации практики, совершенствованию программы практики.

К защите практики допускаются студенты, своевременно и в полном объеме выполнившие программу практики и предоставившие в указанные сроки всю отчетную документацию.

### **2. Отчет руководителя практикой от предприятия / ВУЗа**

Руководители практики представляют письменный отчет, в котором описывают содержание работы каждого студента на практике.

#### ***Памятка практиканту***

До начала практики необходимо выяснить на кафедре место и время прохождения практики, получить дневник практики.

Во время прохождения практики необходимо строго соблюдать правила внутреннего распорядка, установленного в организации; полностью

выполнять программу (план) практики; нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками; вести научные исследования в интересах организации; вести дневник практики и по окончании практики предоставить его на подпись руководителям от ВУЗа / организации.

Дневник с отчетом предоставляются руководителям практики для оценки.

Потеря дневника равноценна невыполнению программы практики и получению неудовлетворительной оценки. Дневники хранятся на кафедре весь период обучения студента.

### ***Права и обязанности студентов во время прохождения практики***

#### **Студент во время прохождения практики обязан:**

1. Посещать все консультации и методические совещания, посвященные организации практики.

2. Знать и соблюдать правила охраны труда, выполнять действующие в организации правила внутреннего трудового распорядка.

3. В случае пропуска, опоздания сообщить руководителю заранее, объяснить причину отсутствия или опоздания, предоставить необходимые документы (справка о болезни, повестка и др.).

4. Выполнять задания, предусмотренные программой практики, требования руководителей практики.

5. Оформлять в ходе практики дневник по практике и предоставлять его непосредственным руководителям практики для проверки.

6. По завершении практики в точно указанные сроки подготовить отчет о результатах проделанной работы и защитить его с положительной оценкой.

#### **Студент во время прохождения практики имеет право:**

1. Обращаться к руководителям ВУЗа, руководству института и выпускающей кафедры по всем вопросам, возникающим в процессе практики.

2. Вносить предложения по совершенствованию процесса организации практики.

3. Пользоваться фондами библиотеки, кабинетами с выделенными линиями Интернета.

### ***Памятка руководителю практики***

Руководитель практики обязан: осуществлять непосредственное руководство практикой студентов на предприятии, в учреждении, организации; обеспечивать высокое качество прохождения практики студентами и строгое соответствие ее учебным планам и программам; участвовать в организованных мероприятиях перед выходом студентов на практику (установочные конференции, инструктаж по технике безопасности и охране труда и т.д.); распределять студентов по местам прохождения практики; осуществлять контроль за соблюдением нормальных условий

труда и быта студентов, находящихся на практике, контролировать выполнение практикантами правил внутреннего трудового распорядка; собирать и анализировать документацию, подготовленную студентами по итогам практики, составлять отчет по итогам практики и предоставлять его на кафедру; принимать участие в мероприятиях по защите отчета (дневника по практике), оценивать работу студентов-практикантов и оформлять ведомость и зачетные книжки.

Руководитель составляет отчет о результатах прохождения практики студентами, обучающимися по направлению подготовки 39.03.02 «Социальная работа».

Отчет включает в себя: сроки практики, цели, тематику работы, указание организации, в которой проходила практика, список студентов-практикантов с описанием выполняемой ими работы и оценкой за защиту результатов практики.

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

1. Программное обеспечение MSOffice (Microsoft Excel, Microsoft Office PowerPoint, Microsoft Word).

2. Электронные ресурсы библиотеки.

#### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса**

- аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран);  
- комплект электронных презентаций;  
- рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

*Прохождение практики инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения:*

Перечень материально-технического обеспечения:

- лекционные аудитории (оборудованные видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, и имеющие выход в Интернет);
- помещения для проведения семинарских и практических занятий (оборудованные учебной мебелью);
- библиотеку (имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет);
- компьютерные классы, учебно-научную лабораторию социологических исследований.

При обучении студентов с нарушением слуха предусмотрено использование: звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями слуха, мобильной системы обучения для людей с ограниченными возможностями, портативная индукционная система. Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с

нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, телевизор), электронной доской, мультимедийной системой.

При обучении студентов с нарушением зрения предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможность просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видео увеличителей для удаленного просмотра.

При обучении студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата: альтернативных устройства ввода информации и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата, мобильной системы обучения для людей с ограниченными возможностями, индивидуальное средство транспортировки Stairmax.

**ПРИМЕРНАЯ  
ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ  
ПРАКТИКИ  
ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ  
ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

**Направление подготовки:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Профиль:** Современные коммуникационные технологии и рекламная  
деятельность

**Уровень высшего образования:** бакалавриат

**Форма обучения:** очная

**Год набора:** 2019

Королев

2019

## **1. Перечень планируемых результатов профессионально-творческой практики**

**Целью профессионально-творческой практики** является получение студентами профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, а также сбор первичной эмпирической информации для подготовки выпускной квалификационной работы.

**Тип производственной практики:** профессионально-творческая практика.

**В процессе прохождения практики студент приобретает и совершенствует следующие компетенции.**

**Общепрофессиональные компетенции:**

**ПК-6.** Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

**ПК-7.** Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ

**ПК-8.** Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ

**Профессионально-творческая практика предполагает решение ряда задач:**

1. Формирование профессиональных компетенций у студентов.
2. Обучение студентов профессионально-значимым умениям и навыкам.
3. Привлечение студентов к участию в научно-исследовательской работе в сторонних организациях.
4. Сбор эмпирических данных и развитие способностей к анализу различных видов научной и аналитической информации.
5. Становление профессионального мышления студентов-бакалавров.
6. Расширение и систематизация знаний, полученных при изучении специализированных дисциплин, закрепление их на практике.

Наряду с указанными задачами, практику можно рассматривать как личностно-ориентированную активную форму обучения, создающую первоначальную ориентировочную основу в профессиональной деятельности.

Основной базой производственной практики является Учебно-научная лаборатория социологических исследований ОО.

При определении мест прохождения практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами учитываются рекомендации, содержащиеся в заключении психолого-медико-педагогической комиссии, или рекомендации медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации или

абилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером ограничений здоровья, а также с учетом характера труда и выполняемых трудовых функций.

Формы проведения практики для инвалидов и лиц с ОВЗ могут быть установлены с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

## **2. Место профессионально-ознакомительной практики (модуля) в структуре ПАОП ВО**

Профессионально-творческая практика относится к Блоку 2 «Практики» адаптированной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», в который входят учебная и производственная, в том числе преддипломная практики.

Знания и компетенции, полученные при проведении производственной практики, являются базовыми для выполнения выпускной квалификационной работы бакалавров.

## **3 Объем профессионально-творческой практики и виды работы**

Общая трудоёмкость учебной практики составляет: 3 зачётных единицы, 108 часов для направлений подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

*Таблица 1*

<b>Виды занятий</b>	<b>Всего часов</b>	<b>Семестр 8</b>
<b>Общая трудоёмкость</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Аудиторные занятия</b>	-	-
Лекции (Л)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Курсовые работы (проекты)</b>	-	-
<b>Расчетно-графические работы</b>	-	-
<b>Контрольная работа</b>	-	-
<b>Текущий контроль знаний (7 - 8, 15 - 16 недели)</b>	-	-



<b>Вид итогового контроля</b>	<b>Зачет с оценкой</b>	<b>Зачет с оценкой</b>
-------------------------------	------------------------	------------------------

#### 4. Содержание профессионально- творческой практики

##### 4.1 Разделы профессионально- творческой практики и виды занятий

*Таблица 2*

<b>Наименование темы</b>	<b>Лекции, час.</b>	<b>Практические занятия, час.</b>	<b>Сам. работа, час.</b>	<b>Итоговый контроль</b>	<b>Коды компетенций</b>
<b>Этап 1. Подготовительный этап.</b> Профессионально-творческая PR деятельность			<b>27</b>	–	ПК- 6 ПК-7 ПК-8
<b>Этап. 2. Исследовательский.</b> Сбор и анализ информации, необходимой для разработки медиапроекта, определение информационной ниши, проблемно-тематического направления, актуальной для СМИ «повестки дня», целевой аудитории.			<b>27</b>	–	ПК- 6 ПК-7 ПК-8
<b>Этап 3. Аналитический .</b> Анализ практики работы ведущих отечественных и зарубежных PR-специалистов соответствующего профиля с целью совершенствования профессиональной квалификации.	–	–	<b>27</b>	–	ПК- 6 ПК-7 ПК-8
<b>Этап 4. Завершающий.</b> Разработка стратегических концепций или бизнес-плана проекта, задания на их разработку, руководство проектной деятельностью	–	–	<b>27</b>	8	ПК- 6 ПК-7 ПК-8
<b>Итого:</b>			<b>108</b>	<b>Зачет с оценкой</b>	

## **4.2 Содержание профессионально-ознакомительной практики**

### **Этап 1. Подготовительный.**

Организационное собрание

Инструктаж по технике безопасности.

Знакомство студентов:

- с целями и задачами практики;
- с правами и обязанностями студентов во время прохождения практики;
- с планом-графиком прохождения практики.

### **Этап 2. Исследовательский.**

Сбор и анализ информации, необходимой для разработки медиапроекта, определение информационной ниши, проблемно-тематического направления, актуальной для СМИ «повестки дня», целевой аудитории.

### **Этап 3. Аналитический.**

Анализ практики работы ведущих отечественных и зарубежных PR-специалистов соответствующего профиля с целью совершенствования профессиональной квалификации.

### **Этап 4. Завершающий .**

Оформление дневника практики. Подготовка презентации результатов исследования в программе Microsoft Office PowerPoint. Защита результатов исследования.

## **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине**

*Не предусмотрено программой практики.*

## **6 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессионально-ознакомительной практике**

Завершающим этапом практики является подведение ее итогов, которое предусматривает выявление степени выполнения студентом программы практики. По результатам аттестации выставляется дифференцированная оценка.

При оценке итогов работы студента на практике, учитываются содержание и правильность оформления студентом дневника, отзыв руководителя практики от организации - места прохождения практики и кафедры, качество ответов на вопросы в ходе защиты.

Критерии дифференцированной оценки по итогам учебной практики:

– **оценка «отлично»** - выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру оформленные в соответствии с требованиями отзыв от руководителя практики, дневник; имеет отличную характеристику (отзыв) от руководителя предприятия; во время защиты правильно ответил на все вопросы руководителя практики от академии.

– **оценка «хорошо»** - выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру ГСД отзыв от руководителя практики с предприятия, дневник; имеет отличную характеристику (отзыв) от руководителя предприятия; но получил незначительные замечания по оформлению отчетных документов по практике или во время защиты ответил не на все вопросы руководителя практики от ОО;

– **оценка «удовлетворительно»** - выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру отзыв, дневник; но получил существенные замечания по оформлению отчетных документов по практике; или во время защиты ответил не на все вопросы руководителя практики от ОО;

– **оценка «неудовлетворительно»** - выставляется студенту, отсутствующему на закрепленном рабочем месте практики или не выполнившему программу практики, или получившему отрицательный отзыв о работе, или ответившему неверно на вопросы преподавателя при защите.

## **7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимых для прохождения практики**

### **Основная литература:**

1. Осипова Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/textbook\\_5c6ffedda58f78.54410213](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/944854>

2. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело АНХ, 2016. - 520 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-7749-1135-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/634963>

3. Учёнова, В.В. История рекламы : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика», «Реклама», «Связи с общественностью» / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. - ISBN 978-5-238-01462-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1025592> - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1025592>

### **Дополнительная литература:**

1 Климантова, Г.И. Методология и методы социологического

исследования. Учебник для бакалавров / Г.И. Климантова, Е.М. Черняк, А.А. Щегорцов. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 256 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221289>

2. Колокольникова, А.И. Excel 2013 для менеджеров в примерах / А.И. Колокольникова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 329 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275267>

3. Логунова, Л.Ю. Методология социологических исследований: учебное пособие / Л.Ю. Логунова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Кемеровский государственный университет»; Ответственный редактор Л.Л. Шпак. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2014. – 92 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=278902>

4. Поляков, В.А. Основы рекламы: учебное пособие / В.А. Поляков, Г.А. Васильев. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 718 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432>

5. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, А.А. Романов, Г.А. Васильев и др. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 240 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651>

6. Солдатова, С.Э. Методы исследований в менеджменте: лабораторный практикум: учебно-наглядное пособие для обучающихся по направлению 080200.68 "Менеджмент" / С.Э. Солдатова, Н.Ю. Лукьянова, Л.М. Чеглакова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 103 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241853>

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для прохождения практики (модуля)**

1. Электронно-библиотечная система ЭБС Университетская библиотека онлайн <http://www.biblioclub.ru>

2. Электронно-библиотечная система ЭБС ZNANIUM.COM <http://www.znanium.com>

## **9. Методические указания по прохождению практики**

### ***Руководство практикой***

Основными нормативно-методическими документами, регламентирующими работу студентов на практике, являются программа практики и учебный план.

Утверждение базовых для прохождения практики учреждений и организаций (или конкретных подразделений) осуществляется на основе заявлений студентов и соответствующего приказа, договора с организацией или иных нормативных документов.

Руководство кафедры и деканат института обеспечивают выполнение подготовительной и текущей работы по организации и проведению практики, осуществляют контроль ее проведения. Также организуют разработку и согласование программы практики с учреждениями-базами практики; назначают из числа опытных преподавателей кафедры руководителей практики; готовят и проводят совместно с ответственным за практику преподавателем организационные собрания студентов перед началом практики; организуют на кафедре хранение отчетов и дневников студентов по практике.

### ***Отчетные документы и оценка результатов практики***

Отчетными документами по практике являются:

1. **Дневник по практике, включающий в себя отчет.** По окончании практики студент представляет на кафедру дневник по практике, подписанный руководителем практики об организации и от ВУЗа.

Отчет о практике должен содержать сведения о конкретно выполненной студентом работе в период практики.

Отчеты студентов рассматриваются руководителями практики от учебного заведения и организации базы практик.

Дневник практики оформляется на стандартных листах формата А4.

По окончании практики студенты должны сдать документацию не позднее 3-х дней с момента окончания практики, а также защитить отчет (дневник по практике).

Защита практики представляет собой устный публичный отчет студента-практиканта, на который ему отводится 7–8 минут и ответы на вопросы руководителей практики. Устный отчет студента включает: 140

раскрытие целей и задач практики, общую характеристику места практики, описание выполненной работы, выводы и предложения по содержанию и организации практики, совершенствованию программы практики.

К защите практики допускаются студенты, своевременно и в полном объеме выполнившие программу практики и предоставившие в указанные сроки всю отчетную документацию.

### **2. Отчет руководителя практикой от предприятия / ВУЗа**

Руководители практики представляют письменный отчет, в котором описывают содержание работы каждого студента на практике.

#### ***Памятка практиканту***

До начала практики необходимо выяснить на кафедре место и время прохождения практики, получить дневник практики.

Во время прохождения практики необходимо строго соблюдать правила внутреннего распорядка, установленного в организации; полностью выполнять программу (план) практики; нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками; вести научные исследования в интересах организации; вести дневник

практики и по окончании практики предоставить его на подпись руководителям от ВУЗа / организации.

Дневник с отчетом предоставляются руководителям практики для оценки.

Потеря дневника равноценна невыполнению программы практики и получению неудовлетворительной оценки. Дневники хранятся на кафедре весь период обучения студента.

### ***Права и обязанности студентов во время прохождения практики***

#### **Студент во время прохождения практики обязан:**

1. Посещать все консультации и методические совещания, посвященные организации практики.
2. Знать и соблюдать правила охраны труда, выполнять действующие в организации правила внутреннего трудового распорядка.
3. В случае пропуска, опоздания сообщить руководителю заранее, объяснить причину отсутствия или опоздания, предоставить необходимые документы (справка о болезни, повестка и др.).
4. Выполнять задания, предусмотренные программой практики, требования руководителей практики.
5. Оформлять в ходе практики дневник по практике и предоставлять его непосредственным руководителям практики для проверки.
6. По завершении практики в точно указанные сроки подготовить отчет о результатах проделанной работы и защитить его с положительной оценкой.

#### **Студент во время прохождения практики имеет право:**

1. Обращаться к руководителям ВУЗа, руководству института и выпускающей кафедры по всем вопросам, возникающим в процессе практики.
2. Вносить предложения по совершенствованию процесса организации практики.
3. Пользоваться фондами библиотеки, кабинетами с выделенными линиями Интернета.

### ***Памятка руководителю практики***

Руководитель практики обязан: осуществлять непосредственное руководство практикой студентов на предприятии, в учреждении, организации; обеспечивать высокое качество прохождения практики студентами и строгое соответствие ее учебным планам и программам; участвовать в организованных мероприятиях перед выходом студентов на практику (установочные конференции, инструктаж по технике безопасности и охране труда и т.д.); распределять студентов по местам прохождения практики; осуществлять контроль за соблюдением нормальных условий труда и быта студентов, находящихся на практике, контролировать выполнение практикантами правил внутреннего трудового распорядка; собирать и анализировать документацию, подготовленную студентами по итогам практики, составлять отчет по итогам практики и предоставлять его

на кафедру; принимать участие в мероприятиях по защите отчета (дневника по практике), оценивать работу студентов-практикантов и оформлять ведомость и зачетные книжки.

Руководитель составляет отчет о результатах прохождения практики студентами, обучающимися по направлению подготовки 39.03.02 «Социальная работа».

Отчет включает в себя: сроки практики, цели, тематику работы, указание организации, в которой проходила практика, список студентов-практикантов с описанием выполняемой ими работы и оценкой за защиту результатов практики.

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

1. Программное обеспечение MSOffice (Microsoft Excel, Microsoft Office PowerPoint, Microsoft Word).

2. Электронные ресурсы библиотеки.

#### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса**

- аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран);
- комплект электронных презентаций;
- рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

#### ***Прохождение практики инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения:***

Перечень материально-технического обеспечения:

- лекционные аудитории (оборудованные видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, и имеющие выход в Интернет);
- помещения для проведения семинарских и практических занятий (оборудованные учебной мебелью);
- библиотеку (имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет);
- компьютерные классы, учебно-научную лабораторию социологических исследований.

При обучении студентов с нарушением слуха предусмотрено использование: звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями слуха, мобильной системы обучения для людей с ограниченными возможностями, портативная индукционная система. Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, телевизор), электронной доской, мультимедийной системой.

При обучении студентов с нарушением зрения предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможность просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видео увеличителей для удаленного просмотра.

При обучении студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата: альтернативных устройства ввода информации и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата, мобильной системы обучения для людей с ограниченными возможностями, индивидуальное средство транспортировки Stairmax.



**ДНЕВНИК**  
**ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ**

**Ф.И.О. студента:** \_\_\_\_\_

*Руководитель практики от выпускающей кафедры:*

\_\_\_\_\_

*Место проведения производственной практики:*

\_\_\_\_\_

*Руководители практики от организации:*

\_\_\_\_\_

**Сроки проведения практики:**

**с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ г.**

Королев

20\_\_

## Профессионально-творческая практика

### 1. Цель практики:

---

---

### 2. Задачи практики:

---

---

### 3. Сведения о выполненной работе:

<i>№ п/п</i>	<i>Дата выполнения работы</i>	<i>Краткое содержание выполняемых работ</i>

### 4. Отчет о выполненной работе (краткое изложение результатов):

---

---

Оценка: \_\_\_\_\_

Руководитель практики: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

*Дата*

\_\_\_\_\_

*Подпись*

**Заведующему кафедрой**

\_\_\_\_\_ *Ф.И.О.*

**От студента** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

***Заявление***

Прошу разрешить проходить профессионально-творческую практику в \_\_\_\_\_ и закрепить данное подразделение в качестве базы практики.

*Ф.И.О.*

*Дата*

*Подпись*

**Общие сведения об производственной практике**

	<b>Группа</b>	<b>Курс</b>	<b>Кол-во студентов</b>	<b>Адрес прохождения практики / наименование учреждения</b>	<b>Руководитель практики от кафедры</b>	<b>Вид практики</b>	<b>Сроки прохождения практики</b>

**Список студентов:**

<b>№ п/п</b>	<b>ФИО студента</b>	<b>Тема</b>	<b>Тип работы</b>	<b>Содержание выполняемой работы</b>	<b>Оценка</b>

**Отчет об производственной практике**

---

---

---

*ФИО руководителя практики* \_\_\_\_\_ *Подпись*

*Дата*

**ПРИМЕРНАЯ  
ПРОГРАММА ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ  
ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ  
ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Профиль** – Современные коммуникационные технологии и рекламная деятельность

**Уровень высшего образования:** бакалавриат

**Форма обучения:** очная

**Год набора:** 2019

**Королев  
2019**

**1. Перечень планируемых результатов преддипломной практики** заключается в получении обучающимися теоретических знаний о первичном сборе информации для материалов различных жанровых форм и подготовки материала к выходу в свет; уметь организовывать и планировать собственный рабочий процесс с учетом графика работы; принимать решения в рамках своей компетенции и нести за них ответственность с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков (формирование) по организационно-управленческой и информационно-технологической видам профессиональной деятельности.

**Тип практики:** преддипломная практика.

**В процессе прохождения практики студент приобретает и совершенствует следующие компетенции.**

УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-2; Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-3; Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-4; Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-5; Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-6; Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

**Общепрофессиональные компетенции:**

ОПК-1; Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-2; Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3; Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4; Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-5; Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6; Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7; Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

### **Профессиональные компетенции:**

ПК-1; Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-2; Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

ПК-4; Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-5; Способен организовывать и проводить маркетинговые исследования в области СМИ

ПК-6; Способен разрабатывать маркетинговую стратегию для продукции СМИ

ПК-7; Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ

ПК-8; Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ

ПК-9; Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-10; Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

### **Преддипломная практика предполагает решение ряда задач:**

Задачи преддипломной практики:

1. Приобретение опыта исследовательской деятельности в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
2. владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;
3. поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью;
4. разработка программ научных исследований, организация их выполнения;
5. выбор методов и разработка инструментария проведения исследований и анализ их результатов;
6. умение проводить коммуникационные кампании и мероприятия;
7. способность решать задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
8. сбор материала для написания выпускной квалификационной работы.

Наряду с указанными задачами, практику можно рассматривать как личностно-ориентированную активную форму обучения, создающую первоначальную ориентировочную основу в профессиональной деятельности.

Основной базой преддипломной практики является Учебно-научная лаборатория социологических исследований ОО и базовая кафедра Социологических исследований при Администрации г.о. Королев Московской области

При определении мест прохождения практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами учитываются рекомендации, содержащиеся в заключении психолого-медико-педагогической комиссии, или рекомендации медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации или абилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером ограничений здоровья, а также с учетом характера труда и выполняемых трудовых функций.

Формы проведения практики для инвалидов и лиц с ОВЗ могут быть установлены с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

## **2 Место преддипломной практики (модуля) в структуре**



## ПАПОП ВО

Преддипломная практика относится к обязательной части раздела практик адаптированной образовательной программы подготовки бакалавров (Блок 2.О.01(У)) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Преддипломная практика базируется на ранее изученных дисциплинах, таких как «Введение в коммуникационные специальности» и компетенциях:

(ОПК-4) - способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

(ОПК-5) - способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Знания и компетенции, полученные при проведении преддипломной практики, являются базовыми для выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

### 3 Объем преддипломной практики и виды работы

Общая трудоёмкость учебной практики составляет: 6 зачётных единицы, 216 часов для направлений подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

*Таблица 1*

Виды занятий	Всего часов	Семестр 8
<b>Общая трудоёмкость</b>	<b>216</b>	<b>216</b>
<b>Аудиторные занятия</b>	-	-
Лекции (Л)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>216</b>	<b>216</b>
Курсовые работы (проекты)	–	–
Расчетно-графические работы	–	–
Контрольная работа	–	–
Текущий контроль знаний (7 - 8, 15 - 16 недели)	–	–
Вид итогового контроля	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

## 4. Содержание преддипломной практики

### 4.1 Разделы преддипломной практики и виды занятий

Таблица 2

Наименование темы	Лекции, час.	Практические занятия, час.	Сам. работа, час.	Итоговый контроль	Коды компетенций
<b>Этап 1. Подготовительный</b> этап. Ознакомление с организацией предприятием), правилами внутреннего трудового распорядка, производственный инструктаж, в т.ч. инструктаж по технике безопасности.			54	–	УК-1 - УК-8; ОПК-1- ОПК – 7 ПК-1, ПК-2, ПК-4 – ПК-10;
<b>Этап. 2. Производственный</b> Сбор и анализ информации, необходимой для выполнения выпускной квалификационной работы			54	–	УК-1 - УК-8; ОПК-1- ОПК – 7 ПК-1, ПК-2, ПК-4 – ПК-10;
<b>Этап 3. Аналитический .</b> Анализ практики работы ведущих отечественных и зарубежных PR-специалистов соответствующего профиля с целью совершенствования профессиональной квалификации.	–	–	54	–	УК-1 - УК-8; ОПК-1- ОПК – 7 ПК-1, ПК-2, ПК-4 – ПК-10;
<b>Этап 4. Отчетный.</b> Подготовка отчета по практике. Разработка стратегической концепции или бизнес-плана проекта, задания на их разработку, руководство проектной деятельностью. Защита отчета по практике.	–	–	54	8	УК-1 - УК-8; ОПК-1- ОПК – 7 ПК-1, ПК-2, ПК-4 – ПК-10;
<b>Итого:</b>			<b>216</b>	<b>Зачет с оценкой</b>	

## 4.2 Содержание преддипломной практики

### Этап 1. Подготовительный.

Организационное собрание

Инструктаж по технике безопасности.

Знакомство студентов:

- с целями и задачами практики;
- с правами и обязанностями студентов во время прохождения практики;
- с планом-графиком прохождения практики.

**Этап 2. Производственный** Сбор и анализ информации, необходимой для выполнения выпускной квалификационной работы.

### Этап 3. Аналитический.

Анализ практики работы ведущих отечественных и зарубежных PR-специалистов соответствующего профиля с целью совершенствования профессиональной квалификации.

### Этап 4. Отчетный.

Подготовка отчета по практике. Разработка стратегической концепции или бизнес-плана проекта, задания на их разработку, руководство проектной деятельностью. Защита отчета по практике. Оформление дневника практики. Подготовка презентации результатов исследования в программе Microsoft Office PowerPoint. Защита результатов исследования.

## 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине

*Не предусмотрено программой практики.*

## 6 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по преддипломной практике

Завершающим этапом практики является подведение ее итогов, которое предусматривает выявление степени выполнения студентом программы практики. По результатам аттестации выставляется дифференцированная оценка.

При оценке итогов работы студента на практике, учитываются содержание и правильность оформления студентом дневника, отзыв руководителя практики от организации - места прохождения практики и кафедры, качество ответов на вопросы в ходе защиты.

Критерии дифференцированной оценки по итогам учебной практики:

- **оценка «отлично»** - выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру оформленные в соответствии с требованиями отзыв от руководителя практики, дневник; имеет отличную характеристику (отзыв) от руководителя предприятия; во время защиты правильно ответил на все вопросы руководителя практики от академии.

– *оценка «хорошо»* - выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру ГСД отзыв от руководителя практики с предприятия, дневник; имеет отличную характеристику (отзыв) от руководителя предприятия; но получил незначительные замечания по оформлению отчетных документов по практике или во время защиты ответил не на все вопросы руководителя практики от ООО;

– *оценка «удовлетворительно»* - выставляется студенту, если он своевременно в установленные сроки представил на кафедру отзыв, дневник; но получил существенные замечания по оформлению отчетных документов по практике; или во время защиты ответил не на все вопросы руководителя практики от ООО;

– *оценка «неудовлетворительно»* - выставляется студенту, отсутствующему на закрепленном рабочем месте практики или не выполнившему программу практики, или получившему отрицательный отзыв о работе, или ответившему неверно на вопросы преподавателя при защите.

## **7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для прохождения практики**

### **Основная литература:**

1. Осипова Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/textbook\\_5c6ffedda58f78.54410213](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213). - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/944854>

2. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело АНХ, 2016. - 520 с.: 60х90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-7749-1135-6 - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/634963>

3. Учёнова В.В. История рекламы : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика», «Реклама», «Связи с общественностью» / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. - ISBN 978-5-238-01462-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1025592> - Текст : электронный. - URL: <http://znaniium.com/catalog/product/1025592>

### **Дополнительная литература:**

1. Дмитриева, Л. М. Социальная реклама [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» / [Л. М. Дмитриева и др.]; под ред.

Л. М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 271 с. - (Серия «Азбука рекламы»). <http://znanium.com/bookread2.php?book=394244>

2. Кузнецов, П. А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / П. А. Кузнецов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 127 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=377205>

3. Учёнова, В. В. История рекламы [Электронный ресурс] : учебник для

4. студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика», «Реклама», «Связи с общественностью» / В. В. Учёнова, Н. В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 495 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=391450>

5. Федотова, Л.Н. Общественное мнение в рекламе и связях с общественностью. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : МГУ имени М.В.Ломоносова, 2013. — 424 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/71795>

6. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68866>

7. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие. [Электронный ресурс] / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко. — Электрон. дан. — М. : Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2016. — 520 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/75182>

### ***Электронные издания:***

1. Мхитарян, С.В. Применение SPSS в маркетинговых проектах: учебно-практическое пособие / С.В. Мхитарян. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 272 с. – ISBN 978-5-374-00315-4; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90454>

2. Низаметдинов, Ш.У. Анализ данных: учебное пособие / Ш.У. Низаметдинов, В.П. Румянцев. – М.: МИФИ, 2012. – 286 с. - ISBN 978-5-7262-1687-4; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=231829>

3. Павленок, П.Д. Социология: учебное пособие / П.Д. Павленок, Л.И. Савинов, Г.Т. Журавлев. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 734 с.: ил. - Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01971-5; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255784>

4. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 294 с. – (Учебные издания для бакалавров). – ISBN 978-5-394-01470-3; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211>

5. Тезаурус социологии Тематический словарь-справочник / под ред. Ж.Т. Тощенко. – М.: Юнити-Дана, 2013. – Книга 2. Методология и методы социологических исследований. – 416 с. – (Cogito ergo sum). – ISBN 978-5-238-02385-4; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118972>

6. Тощенко, Ж.Т. Социология: учебник / Ж.Т. Тощенко. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 608 с. – (Cogito ergo sum). – ISBN 978-5-238-02260-4; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117135>

## **8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для прохождения практики (модуля)**

1. Электронно-библиотечная система ЭБС Университетская библиотека онлайн <http://www.biblioclub.ru>

2. Электронно-библиотечная система ЭБС ZNANIUM.COM  
<http://www.znanium.com>

## **9. Методические указания по прохождению практики**

### ***Руководство практикой***

Основными нормативно-методическими документами, регламентирующими работу студентов на практике, являются программа практики и учебный план.

Утверждение базовых для прохождения практики учреждений и организаций (или конкретных подразделений) осуществляется на основе заявлений студентов и соответствующего приказа, договора с организацией или иных нормативных документов.

Руководство кафедры и деканат института обеспечивают выполнение подготовительной и текущей работы по организации и проведению практики, осуществляют контроль ее проведения. Также организуют разработку и согласование программы практики с учреждениями-базами практики; назначают из числа опытных преподавателей кафедры руководителей практики; готовят и проводят совместно с ответственным за практику преподавателем организационные собрания студентов перед началом практики; организуют на кафедре хранение отчетов и дневников студентов по практике.

### ***Отчетные документы и оценка результатов практики***

Отчетными документами по практике являются:

1. **Дневник по практике, включающий в себя отчет.** По окончании практики студент представляет на кафедру дневник по практике, подписанный руководителем практики об организации и от ВУЗа.

Отчет о практике должен содержать сведения о конкретно выполненной студентом работе в период практики.

Отчеты студентов рассматриваются руководителями практики от

учебного заведения и организации базы практик.

Дневник практики оформляется на стандартных листах формата А4.

По окончании практики студенты должны сдать документацию не позднее 3-х дней с момента окончания практики, а также защитить отчет (дневник по практике).

Защита практики представляет собой устный публичный отчет студента-практиканта, на который ему отводится 7–8 минут и ответы на вопросы руководителей практики. Устный отчет студента включает: раскрытие целей и задач практики, общую характеристику места практики, описание выполненной работы, выводы и предложения по содержанию и организации практики, совершенствованию программы практики.

К защите практики допускаются студенты, своевременно и в полном объеме выполнившие программу практики и предоставившие в указанные сроки всю отчетную документацию.

## **2. Отчет руководителя производственной практикой от предприятия / ВУЗа**

Руководители практики представляют письменный отчет, в котором описывают содержание работы каждого студента на практике.

### ***Памятка практиканту***

До начала практики необходимо выяснить на кафедре место и время прохождения практики, получить дневник практики.

Во время прохождения практики необходимо строго соблюдать правила внутреннего распорядка, установленного в организации; полностью выполнять программу (план) практики; нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками; вести научные исследования в интересах организации; вести дневник практики и по окончании практики предоставить его на подпись руководителям от ВУЗа / организации.

Дневник с отчетом предоставляются руководителям практики для оценки.

Потеря дневника равноценна не выполнению программы практики и получению неудовлетворительной оценки. Дневники хранятся на кафедре весь период обучения студента.

### ***Права и обязанности студентов во время прохождения практики***

#### **Студент во время прохождения практики обязан:**

1. Посещать все консультации и методические совещания, посвященные организации практики.

2. Знать и соблюдать правила охраны труда, выполнять действующие в организации правила внутреннего трудового распорядка.

3. В случае пропуска, опоздания сообщить руководителю заранее, объяснить причину отсутствия или опоздания, предоставить необходимые документы (справка о болезни, повестка и др.).

4. Выполнять задания, предусмотренные программой практики,

требования руководителей практики.

5. Оформлять в ходе практики дневник по практике и предоставлять его непосредственным руководителям практики для проверки.

6. По завершении практики в точно указанные сроки подготовить отчет о результатах проделанной работы и защитить его с положительной оценкой.

**Студент во время прохождения практики имеет право:**

1. Обращаться к руководителям ВУЗа, руководству факультета и выпускающей кафедры по всем вопросам, возникающим в процессе практики.

2. Вносить предложения по совершенствованию процесса организации практики.

3. Пользоваться фондами библиотеки, кабинетами с выделенными линиями Интернета.

***Памятка руководителю практики***

Руководитель практики обязан: осуществлять непосредственное руководство практикой студентов на предприятии, в учреждении, организации; обеспечивать высокое качество прохождения практики студентами и строгое соответствие ее учебным планам и программам; участвовать в организованных мероприятиях перед выходом студентов на практику (установочные конференции, инструктаж по технике безопасности и охране труда и т.д.); распределять студентов по местам прохождения практики; осуществлять контроль за соблюдением нормальных условий труда и быта студентов, находящихся на практике, контролировать выполнение практикантами правил внутреннего трудового распорядка; собирать и анализировать документацию, подготовленную студентами по итогам практики, составлять отчет по итогам практики и предоставлять его на кафедру; принимать участие в мероприятиях по защите отчета (дневника по практике), оценивать работу студентов-практикантов и оформлять ведомость и зачетные книжки.

Руководитель составляет отчет о результатах прохождения учебной практики студентами, обучающимися по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Отчет включает в себя: сроки практики, цели, тематику работы, указание организации, в которой проходила практика, список студентов-практикантов с описанием выполняемой ими работы и оценкой за защиту результатов практики.

**10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

1. Программное обеспечение MSOffice (Microsoft Excel, Microsoft Office PowerPoint, Microsoft Word).

2. Электронные ресурсы библиотеки ОО.



## **11 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса**

- аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран);  
- комплект электронных презентаций;  
- рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

***Прохождение практики инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения:***

Перечень материально-технического обеспечения:

- лекционные аудитории (оборудованные видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, и имеющие выход в Интернет);
- помещения для проведения семинарских и практических занятий (оборудованные учебной мебелью);
- библиотеку (имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет);
- компьютерные классы, учебно-научную лабораторию социологических исследований.

При обучении студентов с нарушением слуха предусмотрено использование: звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями слуха, мобильной системы обучения для людей с ограниченными возможностями, портативная индукционная система. Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, телевизор), электронной доской, мультимедийной системой.

При обучении студентов с нарушением зрения предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможность просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видео увеличителей для удаленного просмотра.

При обучении студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата: альтернативных устройства ввода информации и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата, мобильной системы обучения для людей с ограниченными возможностями, индивидуальное средство транспортировки Stairmax.

**Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**ДНЕВНИК**

**преддипломной практики**

**Ф.И.О. студента:** \_\_\_\_\_

*Руководитель практики от выпускающей кафедры:*

\_\_\_\_\_

*Место проведения профессионально-ознакомительной практики:*

\_\_\_\_\_

*Руководители практики от организации:*

\_\_\_\_\_

**Сроки проведения практики:**

**с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ г.**

Королев  
2019





*Приложение 5.2*

**Заведующему кафедрой**

\_\_\_\_\_ Ф.И.О.  
**От студента** \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

*Заявление*

Прошу разрешить проходить преддипломную практику в \_\_\_\_\_ и закрепить данное подразделение в качестве базы практики.

Ф.И.О.  
Дата  
Подпись

**ОТЧЕТ  
ПО ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Профиль:** Современные коммуникационные технологии и рекламная деятельность

**Уровень высшего образования:** бакалавриат

**Форма обучения:** очная

Королев  
2019

## Общие сведения об преддипломной практике

№	Группа	Курс	Кол-во студентов	Адрес прохождения практики / наименование учреждения	Руководитель практики от кафедры	Вид практики	Сроки прохождения практики

### Список студентов:

№ п/п	ФИО студента	Тема	Тип работы	Содержание выполняемой работы	Оценка

### Отчет о преддипломной практике

---

---

---

*ФИО*    *руководителя*    *практики*    \_\_\_\_\_  
*Подпись*  
*Дата*

**ПРИМЕРНЫЕ**  
**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАПИСАНИЮ**  
**ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**  
**ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ**  
**ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Профиль:** Современные коммуникационные технологии и рекламная деятельность

**Уровень высшего образования:** бакалавриат

**Форма обучения:** очная

**Год набора:** 2019

Королев  
2019



# 1. ПРИМЕРНЫЕ МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАПИСАНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

## 1.1. Общие положения

Данные методические рекомендации составлены в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом подготовки студентов по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Согласно пункту 6.8. Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» итоговая государственная аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы).

**Цель выпускной квалификационной работы:** закрепление, углубление и обобщение знаний, полученных студентами за время обучения. Она позволяет судить о том, насколько студент усвоил теоретический курс и может применять полученные им знания на практике.

На подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы согласно учебному плану отводится 216 часов, 6 з.е.

**В процессе подготовки к итоговой государственной аттестации студент приобретает и совершенствует следующие компетенции:**

**Универсальные компетенции:**

УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-2; Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-3; Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-4; Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-5; Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-6; Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

### **Общепрофессиональные компетенции:**

ОПК-1; Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-2; Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3; Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4; Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-5; Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6; Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7; Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

### **Профессиональные компетенции:**

ПК-1; Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

ПК-2; Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности;

ПК-4; Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;

ПК-5; Способен организовывать и проводить маркетинговые исследования в области СМИ;

ПК-6; Способен разрабатывать маркетинговую стратегию для продукции СМИ;

ПК-7; Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ;

ПК-8; Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ;

ПК-9; Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и

отечественного опыта;

ПК-10; Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

## **1.2. Порядок проведения защиты ВКР**

К защите выпускной квалификационной работы допускается лицо, успешно завершившее в полном объеме освоение адаптированной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» высшего образования, разработанной ВУЗом в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Тематика выпускных квалификационных работ бакалавров, специалистов и критерии их оценки, а также методические рекомендации по выполнению и оценке выпускных квалификационных работ бакалавров, ежегодно разрабатываются (обновляются) заведующим выпускающей кафедры и утверждаются ежегодно решением учебно-методического совета в сентябре на следующий календарный год.

Методические рекомендации по выполнению и оценке выпускных квалификационных работ бакалавров должны включать требования к ВКР, в том числе:

- форма выполнения выпускной квалификационной работы;
- структура выпускной квалификационной работы и требования к ее содержанию;
- примерная тематика и порядок утверждения тем выпускных квалификационных работ;
- порядок выполнения и представления в государственную экзаменационную комиссию по защите выпускной квалификационной работы;
- обязанности и ответственность руководителя выпускной квалификационной работы
- порядок защиты выпускной квалификационной работы;
- критерии выставления оценок (соответствия уровня подготовки выпускника требованиям ФГОС ВО) на основе выполнения и защиты квалификационной работы.

Заведующий выпускающей кафедрой отвечает за соответствие тематики ВКР требованиям ФГОС ВО в части итоговой государственной аттестации.

Тематика выпускных квалификационных работ и критерии их оценки, а также методические рекомендации по выполнению и оценке выпускных квалификационных работ по соответствующим ПАПОП являются едиными для всех структурных подразделений ВУЗа, реализующих соответствующую ПАПОП (факультетов), и доводятся до сведения студентов всех форм получения образования не позднее, чем за полгода до начала итоговой государственной аттестации.

Студенту предоставлено право выбора темы выпускной

квалификационной работы, вплоть до предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения.

Закрепление тем выпускных квалификационных работ и руководителей за студентами (бакалаврами) оформляется приказом ректора (проректора по учебной работе) на основании письменных заявлений студентов после допуска к итоговой государственной аттестации в соответствии с календарным учебным графиком по соответствующей основной образовательной программе. Изменение темы выпускной квалификационной работы возможно в исключительных случаях по личному мотивированному заявлению выпускника и представлению руководителя ПАПОП не позднее, чем за один месяц до защиты ВКР и оформляется приказом проректора по учебной работе.

Руководитель ВКР должен:

совместно со студентом составить задание на ВКР в двух экземплярах – один для студента, второй – для кафедры;

рекомендовать студенту литературу и другие информационные источники;

проводить систематические консультации;

проверять выполнение ВКР (по частям и в целом).

Выпускающая кафедра проводит предзащиту.

Допуск обучающихся к защите выпускной квалификационной работы осуществляется с учетом размещения выпускной квалификационной работы в электронно-библиотечной системе ВУЗа и её проверке на объём заимствований. Объём заимствований для выпускных квалификационных работ всех основных образовательных программ, реализуемых в ВУЗе, устанавливается с пороговым значением не более 35%.

Комиссия по предварительной защите ВКР формируется на выпускающей кафедре по согласованию с руководителем ПАПОП. Комиссия просматривает и оценивает соответствие пояснительной записки и демонстрационного (графического) материала заданию на выполнение ВКР, заслушивает доклад студента и задает вопросы по теме ВКР; дает рекомендации по содержанию доклада, демонстрационного (графического) материала и требует устранения замечаний; рассматривает результаты проверки ВКР на объём заимствований.

В комиссию по предварительной защите ВКР студент предоставляет:

- задание на выполнение ВКР;
- рукопись ВКР;
- графический материал (или презентацию проекта);
- отзыв руководителя;
- отчет по проверке ВКР на объём заимствований.

После получения допуска к защите студент переводит текст ВКР в формат pdf и в виде одного файла записывает на CD-диск для предоставления в ГЭК.

Электронная версия ВКР должна носить следующее наименование (при этом длина наименования должна составлять не более 40 символов): ФИО студента, наименование специальности (направления) (допускается сокращение в произвольном виде), уровень образования (Б-бакалавриат), год выпуска.

*Пример наименования файла:* <ФИО выпускника>-<наименование специальности>-<Уровень образования> -<год выпуска>. **Смирнова А.А.-ГМУ-Б-2014.pdf**

Защита ВКР проводится в виде открытых заседаний ГЭК с участием не менее двух третей ее списочного состава. Для проведения процедуры защиты ВКР в ГЭК представляются следующие материалы по каждому студенту:

- приказ о допуске к итоговой государственной аттестации;
- протокол ГЭК по приему государственного экзамена и присвоению квалификации (степени);
- приказ об утверждении тем и руководителей ВКР;
- рукопись ВКР и электронная версия ВКР, оформленные в установленном порядке;
- отзыв руководителя ВКР;
- отчет по проверке ВКР на плагиат (форма отчета определяется возможностями определенной учебно-методическим советом ВУЗа системой обнаружения заимствований) и обоснованное решение кафедры (в случае если процент заимствований выше порогового значения).

Заседание государственной экзаменационной комиссии по защите выпускной квалификационной работы, присвоению квалификации (степени) и выдаче диплома о высшем профессиональном образовании проводится согласно утвержденному графику.

Председатель ГЭК в начале заседания устанавливает студентам время для устного изложения основных результатов ВКР и ответов на вопросы членов комиссии.

Доклад может сопровождаться иллюстрациями, таблицами, пояснениями, которые раздаются членам ГЭК в бумажном варианте, либо компьютерной презентацией.

После ответа студента на все вопросы председатель ГЭК дает возможность руководителю выступить с отзывом. Выступление руководителя должно быть кратким и касаться аспектов отношения студента к выполнению работы, самостоятельности, инициативности и результатов проверки текста ВКР на объем заимствований.

Членам ГЭК и всем присутствующим также предоставляется возможность выступить с замечаниями, пожеланиями и оценкой заслушанной работы.

Заключительное слово предоставляется студенту, в котором он также может ответить на замечания, сделанные во время выступлений членов ГЭК и присутствующих.

Члены ГЭК на закрытом заседании оценивают каждую работу. На данное заседание могут быть приглашены для участия в обсуждении

руководители дипломных работ. Результаты определяются открытым голосованием членов ГЭК.

Результаты защит оглашает председатель ГЭК после окончания закрытой части заседания ГЭК.

Результаты заседания ГЭК по каждой защите оформляют протоколом.

Оценка за ВКР заносится в зачетную книжку студента и подтверждается подписями председателя и членов экзаменационной комиссии.

Выпускник, достигший особых успехов в освоении профессиональной образовательной программы, имеет право на получение диплома с отличием при соблюдении следующих условий:

- наличие оценки «отлично» по всем итоговым аттестационным испытаниям;

- результаты промежуточной аттестации за все годы освоения адаптированной образовательной программы только на «отлично» и «хорошо»;

- не менее 75 процентов оценок «отлично» из числа оценок, вносимых в приложение к диплому, включая оценки по дисциплинам, курсовым работам, практикам и итоговой государственной аттестации;

- отсутствие перерывов в учебе, вызванных отчислением за академическую неуспеваемость и нарушением учебной дисциплины.

Протоколы ГЭК по защите выпускной квалификационной работы, присвоению квалификации (степени) и выдаче диплома о высшем профессиональном образовании сшиваются в отдельные книги и представляются председателю ГЭК для формирования отчета о работе ГЭК.

Книги протоколов ГЭК по сдаче государственного экзамена и книги протоколов ГЭК по защите выпускной квалификационной работы, присвоению квалификации (степени) и выдаче диплома о высшем профессиональном образовании после формирования отчета председателя ГЭК передаются в архив ВУЗа заведующим выпускающей кафедры в течение 10 дней после дня последней защиты ВКР, но не позднее 01 сентября следующего учебного года, где они подлежат хранению в течение 75 лет.

Рукописи защищенных ВКР бакалавров хранятся в архиве ВУЗа в течение 6 лет и предоставляются по запросу экспертным комиссиям Рособнадзора по государственной аккредитации, по государственному контролю качества образования.

ВКР бакалавров, подлежат размещению в электронно-библиотечной системе ВУЗа. После окончания работы ГЭК заведующий выпускающей кафедры ВУЗа в срок не позднее 01 сентября следующего учебного года передает (пересылает по электронной почте) электронные версии ВКР в формате pdf в научно-техническую библиотеку для размещения в электронно-библиотечной системе ВУЗа.

Ответственность за полноту, качество и соответствие установленным требованиям представляемых в научно-техническую библиотеку ВКР лежит на заведующих выпускающих кафедр.

Заведующий кафедрой обеспечивает наличие и хранение по каждому выпускнику следующей документации на кафедре:

- задание на ВКР,
- отзыв руководителя,
- отчет по проверке ВКР на плагиат в течении всего срока хранения ВКР в архиве.

Декан факультета – по программам бакалавриата осуществляет контроль за наличием документации по итоговой государственной аттестации выпускников (электронные версии ВКР в формате pdf, задания на ВКР, отзывы руководителей, отчеты по проверке ВКР на плагиат и др.).

### **1.3. Структура выпускной квалификационной работы**

Структура работы состоит из следующих элементов: титульного листа, содержания, введения, основной части, заключения, библиографии и приложений. Каждый элемент работы начинается с новой страницы.

**Титульный лист.** На титульном листе указывается название ВУЗа, факультет, выпускающая кафедра, название ВКР. Также приводятся сведения об исполнителе работы: курс, номер группы, направление подготовки, фамилия и инициалы. Ниже располагаются сведения о научном руководителе и рецензенте: ученая степень, ученое звание, должность, фамилия и инициалы. В самом конце страницы указывается наименование места и года выполнения.

**Содержание.** Оглавление представляет собой структурный перечень содержания работы с проставлением номеров страниц, с которых начинается каждый элемент ВКР.

Примеры оформления *титульного листа* и *содержания* приведены в **Приложении 1** и **Приложении 2**.

**Введение ВКР.** Во введении обосновывается выбор темы исследования, ее актуальность и практическая значимость, определяются объект, предмет, формулируются цель и задачи, делается интерпретация базовых понятий и т.д. Объем введения 3-5 страниц.

Введение ВКР включает в себя следующие пункты:

- Актуальность темы исследования
- Проблема исследования
- Степень научной разработанности проблемы
- Цель
- Задачи
- Объект
- Предмет
- Методы сбора информации
- Методы анализа информации
- Теоретическая интерпретация основных понятий
- Структура и объем работы

**Основная часть ВКР.**

Основная часть выпускной квалификационной работы состоит из 3 глав, каждая из которых включает в себя ряд параграфов.

Первая глава – теоретическая.

Вторая глава включает в себя методологию и методику социологического исследования.

Третья глава содержит результаты эмпирического исследования (анализ и обработку данных прикладного исследования с обязательным использованием методов математической статистики).

Каждый элемент основной части ВКР должен быть логически законченным в смысловом отношении фрагментом работы. Названия глав и параграфов должны четко отражать конкретное содержание написанного текста.

Объем каждой главы основной части от 20 до 25 страниц, следовательно, объем данного раздела ВКР от 60 до 75 страниц.

**Заключение.** В *Заключении* раскрывается значимость рассматриваемых вопросов для научной теории и практики, обобщаются и подчеркиваются основные выводы, выдвигаются предложения и рекомендации по дальнейшему развитию темы и внедрению полученных результатов. Объем заключения 2-3 страницы.

**Библиография.** Список литературы должен содержать не менее 50 источников, из которых интернет-источников не должно быть более 20%. Научная литература приводится в библиографии за последние 5 лет.

Библиографические описания источников располагаются в алфавитном порядке по фамилии с инициалами автора (авторов), либо по названию документа. Список источников располагаются в начале на русском, затем на иностранном языке (если таковые имеются).

**Приложения.** *Приложения ВКР* включают в себя следующие обязательные элементы:

- программу социологического исследования, содержащую подробный социологический инструментарий (*в зависимости от метода сбора информации: бланк анкеты, гайд фокус-группы, кодировочный бланк контент-анализа и др.*);
- результаты исследования (частотное распределение ответов респондентов на вопросы анкеты (в процентах); полный текст ответов респондентов на вопросы интервью, таблицы контент-анализа и т.д.).

Также в *Приложении* могут размещаться графики, иллюстрации, таблицы и другие документы.

Слово «Приложение» пишется первой строкой от полей и выравнивается по правому краю над содержательным названием приложения. Номер приложения обозначается арабскими цифрами без точки в конце; если в тексте одно приложение, то оно не нумеруется. Каждое новое по содержанию приложение должно начинаться с новой страницы и должно иметь содержательный заголовок. На каждое приложение в основной части работы должны быть ссылки.

Объем данного элемента работы не ограничивается.



#### **1.4. Требования к оформлению выпускной квалификационной работы и ее защите**

Работа выполняется с применением печатающих устройств ЭВМ на белой бумаге формата А4 (210x297мм). При компьютерном наборе текста следует использовать текстовый редактор Microsoft Word со следующими параметрами:

- шрифт – Times New Roman,
- размер шрифта – 14,
- выравнивание текста – по ширине,
- междустрочный интервал – полуторный,
- отступ для первой строки абзаца – 1,25 мм (5 пробелов).
- поля – левое – 30 мм, правое – 15 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм.

Нумерация страниц дается арабскими цифрами. Первой страницей ВКР является титульный лист, который включают в общую нумерацию страниц. На титульном листе номер страницы не ставят.

Текст выпускной квалификационной работы обязательно включает в себя сноски на научные источники.

**Защита выпускной квалификационной работы.** Студент допускается к защите ВКР работы после отзыва научного руководителя. На защите студент делает сообщение, сопровождаемое презентацией (10-15 мин.).

## **2. Примерные темы для написания ВКР для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

1. Формирование рекламных стратегий в условиях новых коммуникативных практик (на примере конкретного субъекта)
2. Управление интегрированной коммуникационной кампанией предприятия (на примере конкретного субъекта)
3. Планирование рекламных мероприятий организаций (на примере конкретного субъекта)
4. Стратегическое планирование рекламных кампаний бизнеса в Интернете (на примере конкретного субъекта)
5. Особенности интерактивной рекламы организаций (на примере конкретного субъекта)
6. Разработка VTL-кампаний организаций различных отраслей и сфер деятельности (на примере конкретного субъекта)
7. Формирование систем делопроизводства для рекламных кампаний организаций различных отраслей и сфер деятельности (на примере конкретного субъекта)
8. Формирование стратегии разработки нестандартных рекламных коммуникаций для предприятий различных отраслей и сфер бизнеса (на примере конкретного субъекта)
9. Разработка и реализация рекламных стратегий для предприятий сферы B2B (на примере конкретного субъекта)
10. Разработка PR-кампании для коммерческой/некоммерческой организации(на примере конкретного субъекта)
11. Оценка эффективности информационного сопровождения социально-экономических реформ (или конкретной реформы)
12. Организация специального мероприятия в рамках PR-кампании предприятия(на примере конкретного субъекта)
13. Разработка информационной политики компании в условиях кризиса(на при-мере конкретного субъекта)
14. Разработка кампании в сфере инвестиционного PR(на примере конкретного субъекта)
15. Разработка программы повышения эффективности деятельности компании в сфере медиа-рилейшнз (на примере конкретного субъекта)
16. Разработка программы рекламирования компании на рынке коммуникационных услуг (на примере конкретного субъекта)
17. Оценка эффективности социальной рекламной кампании (на примере конкретного субъекта)
18. Разработка кампании в сфере политического PR (на примере конкретного субъекта)
19. Разработка PR-кампании в сфере внутрикорпоративных коммуникаций (на примере конкретного субъекта)

20. Разработка программы эффективного использования технологий креативного PR для компании (на примере конкретного субъекта)
21. Разработка креативной стратегии для ИМК кампании (на примере конкретного субъекта)
22. Модель управления креативным процессом в рекламном агентстве (на примере конкретного субъекта)
23. Разработка PR-программы для организации (на примере конкретного субъекта)
24. Разработка программы повышения эффективности контента ИК-кампании (на примере конкретного субъекта)
25. Разработка PR кампании для образовательного учреждения (на примере конкретного субъекта)
26. Программа использования креативных технологий в деятельности рекламных и PR-структур (на примере конкретного субъекта)
27. Повышение эффективности PR-процессов в издательском бизнесе (на примере конкретного субъекта)
28. Построение системы внутрикорпоративных коммуникаций в международной компании (на примере конкретного субъекта)
29. Организация взаимодействий различных сфер бизнеса со СМИ (на примере конкретного субъекта)
30. PR-поддержка организации выставочных мероприятий (на примере конкретного субъекта)
31. Построение имиджа отечественного производителя на международном уровне (на примере конкретного субъекта)
32. Формирование имиджа руководителя компании (на примере конкретного субъекта)
33. Повышение эффективности использования инструментов событийных PR-технологий (на примере конкретного субъекта)
34. Разработка и оптимизация структуры рекламного бюджета фирмы (на примере конкретного субъекта)
35. Управление выставочной деятельностью компании (на примере конкретного субъекта)
36. Разработка рекламной кампании с использованием Интернет-технологий (на примере конкретного субъекта)
37. Управление потребительской мотивацией/поведением с помощью художественно-выразительных средств в рекламной коммуникации (на примере конкретного субъекта)
38. Повышение эффективности рекламной кампании с помощью digital-коммуникаций (на примере конкретного субъекта)
39. Разработка художественных решений (макеты, композиции, изображения, типографики) рекламы.
40. PR коммуникационных проектов в коммерческом секторе (на примере конкретного субъекта)
41. Влияние рекламных коммуникаций на поведение потребителей в условиях экономического кризиса (на примере конкретного субъекта)

42. Совершенствование сайта как коммуникационного ресурса компании в сети Интернет (на примере конкретного субъекта)
43. Адаптация транснационального рекламного продукта на национальном рынке (на примере конкретного субъекта)
44. Разработка программы интегрированных коммуникаций для предприятия с использованием социальных сетей (на примере конкретного субъекта)
45. Разработка и реализация программы продвижения исполнителя в российском музыкальном шоу-бизнесе (на примере конкретного субъекта)
46. Адаптация корпоративной культуры зарубежной компании в деятельности ее российского представителя (на примере конкретного субъекта)
47. Формирование репутации компании на основе PR-коммуникации (на примере конкретного субъекта)
48. Разработка коммуникационного сопровождения деятельности компании на рынке Москвы (на примере конкретного субъекта)
49. Разработка программы продвижения предприятия сферы услуг на столичном рынке (на примере конкретного субъекта)
50. Разработка рекламной кампании фирмы (на примере конкретного субъекта)
51. Разработка программы лояльности для клиентов компании B2B-рынка (на примере конкретного субъекта)
52. Перспективы использования нативной (естественной) рекламы в современном медиaprостранстве (на примере конкретного субъекта)
53. Разработка креативной стратегии для визуализации рекламной кампании (на примере конкретного субъекта)
54. Разработка креативной стратегии рекламной кампании с использованием интернет-технологий (на примере конкретного субъекта)
55. Организация и анализ форм рекламной деятельности предприятия посредством видеоблогинга в Интернет на примере YouTube (на примере конкретного субъекта)
56. Разработка программы продвижения товаров с использованием интернет-технологий (на примере конкретного субъекта)
57. Разработка стратегии рекламной деятельности организации с использованием современных технологий продвижения в социальных медиа (на примере конкретного субъекта)
58. Выведение и продвижение иностранной лицензионной продукции на российский рынок (на примере конкретного субъекта)
59. Разработка программ совершенствования имиджа коммерческого предприятия (на примере конкретного субъекта)
60. Повышение эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью в условиях экономического спада (на примере конкретного субъекта)
62. Укрепление имиджа организации средствами PR (на примере конкретного субъекта)

63. Формирование устойчивого позитивного общественного мнения и имиджа организации (на примере конкретного субъекта)

64. Формирование устойчивого позитивного образа политического лидера/законодательного собрания/исполнительного органа/государственной структуры (на примере конкретного субъекта)

65. Разработка рекламной кампании при выводе товара/услуги на рынок B2B (на примере конкретного субъекта)

66. Разработка и реализация рекламной кампании на рынке конечных потребите-лей (на примере конкретного субъекта)

67. Разработка программы повышения эффективности коммуникационной активности производственного предприятия (рынок B2B) (на примере конкретного субъекта)

68. Разработка программы продвижения предприятия с использованием конвергенции коммуникаций (на примере конкретного субъекта)

69. Разработка интегрированной стратегии продвижения и реализация рекламной кампании с использованием принципов ИМК (на примере конкретного субъекта)

70. Разработка стратегии рекламной деятельности предприятия (на примере конкретного субъекта)

### 3. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

#### Основная литература:

1. Осипова Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/textbook\\_5c6ffedda58f78.54410213](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/944854>

2. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.:Дело АНХ, 2016. - 520 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-7749-1135-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/634963>

3. Учёнова, В.В. История рекламы : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика», «Реклама», «Связи с общественностью» / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. - ISBN 978-5-238-01462-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1025592> - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1025592>

#### Дополнительная литература:

1. Дмитриева, Л. М. Социальная реклама [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» / [Л. М. Дмитриева и др.]; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 271 с. - (Серия «Азбука

рекламы»). <http://znanium.com/bookread2.php?book=394244>

2. Кузнецов, П. А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / П. А. Кузнецов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 127 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=377205>

3. Учёнова, В. В. История рекламы [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика», «Реклама», «Связи с общественностью» / В. В. Учёнова, Н. В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 495 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=391450>

### **Электронные ресурсы библиотеки ОО**

1. Электронно-библиотечная система ЭБС Университетская библиотека онлайн ([www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru))

2. Электронно-библиотечная система ЭБС ZNANIUM.COM ([znanium.com](http://znanium.com))

3. Единое окно доступа к образовательным ресурсам ([window.edu.ru](http://window.edu.ru))

### ***Электронные книги из ЭБС:***

1. Основы социологии и политологии: учебное пособие / Р.Ф. Матвеев. – М.: Форум, 2010. – 256 с. <http://www.znanium>.

2. Социологический словарь / Академический учебно-научный центр РАН МГУ им. М.В. Ломоносова; Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. – М.: НОРМА: ИНФРА-М, 2010. <http://www.znanium>.

3. Стрельникова А.Г. Дипломная работа: подготовка и оформление. – СПб: СпецЛит, 2010. – 95 с. <http://www.biblioclub.ru>

4. Традиционные и компьютерные методы анализа документов в социологии. Учебное пособие. – Нижний Новгород: ННГУ, 2010. <http://window.edu.ru/library>.

## **4. ПРИЛОЖЕНИЯ**

### **Перечень Приложений:**

*Приложение 6.1.* Титульный лист выпускной квалификационной работы

*Приложение 6.2.* Пример оформления содержания выпускной квалификационной работы

*Приложение 6.3.* Пример отзыва научного руководителя

**Примерный титульный лист выпускной квалификационной работы**

*Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с  
общественностью»*

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

**Тема:** « \_\_\_\_\_ »

**Выполнил(а):** студент(ка)  
ФИО

**Группа:** СО ,

**Научный руководитель:** ученая степень, должность, ФИО

**Рецензент:** ученая степень, должность, ФИО

*Выпускная квалификационная работа соответствует предъявляемым  
требованиям и допускается к защите*

**Заведующий кафедрой**

\_\_\_\_\_

**ФИО**

**Королёв**

**20\_\_ год**

Пример оформления содержания  
выпускной квалификационной работы

**СОДЕРЖАНИЕ**

<b>ВВЕДЕНИЕ</b>	3
<b>ГЛАВА I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СТАНДАРТОВ ЖИЗНЕННОГО УСПЕХА</b>	11
1.1 Жизненный успех: понятие и сущность	11
1.2 Основные социологические подходы в исследовании жизненного успеха	24
1.3 Жизненный успех в современном социологическом дискурсе	32
<b>ГЛАВА II. МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ</b>	41
2.1 Анкетирование	
2.2 Интервьюирование	
2.3 Тестирование / шкалы	
2.4 Фокус-группа	
<b>ГЛАВА III. ЖИЗНЕННЫЙ УСПЕХ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ</b>	
3.1 Понимание жизненного успеха россиянами различных поколений <i>(по результатам анкетирования)</i>	
3.2 Динамика представлений о жизненном успехе <i>(по результатам интервьюирования)</i>	
3.3 Потребность в достижении цели и избегании неудач <i>(по результатам тестирования)</i>	
2.4	
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b>	
<b>БИБЛИОГРАФИЯ</b>	
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ</b>	



Пример отзыва научного руководителя

**ОТЗЫВ**

**научного руководителя на выпускную квалификационную работу**  
Ф.И.О.:

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ: **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

ФОРМА ОБУЧЕНИЯ: очная

ГРУППА: \_\_\_\_\_

ТЕМА: « \_\_\_\_\_ »

**СОДЕРЖАНИЕ ОТЗЫВА ДОЛЖНО ВКЛЮЧАТЬ СЛЕДУЮЩИЕ ПОЗИЦИИ:**

1. Обоснование актуальности темы исследования
2. Общая характеристика содержания работы, ее структура, оценка полноты раскрытия темы
3. Четкость формулировки цели исследования, его основных задач, их соответствие заявленной теме
4. Степень полноты обзора научной разработанности исследуемой проблемы
5. Эмпирическая база исследования; используемые методы сбора информации; уровень профессиональности и самостоятельности проведенных исследований
6. Владение методами и программами обработки первичной социологической информации;
7. Характеристика теоретической и практической подготовки студента, позволяющей ему самостоятельно работать, пользоваться научной литературой профессиональной направленности, определять грамотно последовательность и объем операций и решений при выполнении поставленной задачи, анализировать полученные результаты, делать обоснованные и достоверные выводы из проделанной работы и т.д.
8. Достоинства бакалаврской работы.
9. Замечания и недостатки бакалаврской работы.
10. Соответствие оформления работы установленным требованиям, в том числе иллюстративного материала (графики, таблицы, рисунки и т.д.)
11. Процент оригинальности текста (итоги проверки в системе Антиплагиат)

**ИТОГОВОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ:** общий уровень работы, выполнение дипломантом общих требований к подобного рода исследованиям, возможность допуска к защите.

Ф.И.О. научного руководителя, ученая степень, ученое звание

Дата «\_\_» «\_\_\_\_\_» 20\_\_ г.

Подпись \_\_\_\_\_

