

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Нижегородский государственный лингвистический
университет имени Н.А. Добролюбова»



Производственная практика (творческая практика)

(наименование дисциплины)

рабочая программа практики

Закреплена за кафедрой	философии, общественных коммуникаций и туризма
Учебный план	Направление подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью Направленность(профиль) Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса
Квалификация	магистр
Форма обучения	очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
ЗЕТ	
Часов по учебному плану	108
<i>в том числе:</i>	
контактная работа	0,6
самостоятельная работа	107,4

Распределение часов практики по семестрам

Семестр (<i>Курс для заочной формы обучения</i>)	1 семестр		Итого	
	2			
Неделя (<i>для очной формы обучения</i>)				
Вид занятий	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки
Контактная работа	0,6	0,6	0,6	0,6
Самостоятельная работа	107,4	107,4	107,4	107,4
Итого	108	108	108	108

Составитель: д.филол.н., доцент Архангельская И.Б.

Рецензент(ы): к.филол.н., доцент Ротанова М.Б.

Рабочая программа практики
«Производственная практика (творческая практика)»
разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 08.06.2017 № 528.

составлена на основании учебного плана:
Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса»,
утвержденного Учёным советом НГЛУ от 25.05.2023 г., протокол №14.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры философии, общественных коммуникаций и туризма

Протокол от 28.08.2023 г

Срок действия программы 2023 – 2024 уч.г.

и.о. зав. каф. _____ кан. филос. наук, доцент Ротанова М.Б.
(уч. степень, уч. звание, ФИО)



1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ	
Цель: Овладение профессиональными ключевыми компетенциями, полученными в ходе учебной деятельности студента по профессиональным дисциплинам, овладение методами разработки коммуникационных продуктов в условиях профессиональной среды.	
Задачи освоения практики: разработать творческую концепцию и идеи для продвижения компании, услуг или продуктов в рамках своего исследования,	
Определить коммуникационную и медиастратегии для творческого проекта	
Выбрать оптимальные интегрированные маркетинговые коммуникации, в том числе PR и рекламные коммуникации, для продвижения своего творческого проекта.	
Разработать медиапродукты для проекта в рамках своей темы.	
Сформировать план кампании по продвижению проекта	
Определить методы оценки эффективности проекта	
Обосновать теоретически предложенные креативные решения по своей теме.	

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б2.В.01(П)
Производственная (творческая) практика проводится в 1 семестре и входит в обязательную часть Блока 2 «Практика».	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	История и методология науки
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Подготовка к написанию ВКР
2.2.2	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Планируемые результаты практики:

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем	
ПК-6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	
ПК-6.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач	
ПК-6.3. Формулирует целевой репутационный образ организации / компании / персоны	
ПК-6.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает способы разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает способы разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает способы разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне умеет разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации ПК-7.1. Использовать современные методики для оценки качества коммуникационного продукта (медиатекста) ПК-7.2. Использовать современные критерии оценки эффективности реализации коммуникационного продукта (медиатекста)	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа разработана в соответствии с Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ, Трудовым кодексом Российской Федерации, Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Минобрнауки России от 6 апреля 2021 г. № 245, федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528, с изменениями и дополнениями, утвержденными приказами Минобрнауки России от 26 ноября 2020 г. № 1456, 8 февраля 2021 г. № 82, Положением о практической подготовке обучающихся, утвержденным приказом Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05 августа 2020 г. №885/390, Положением о практической подготовке обучающихся в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», утвержденным приказом ректора НГЛУ от 11 мая 2022 г. № 177 ОС/Д, и определяет виды, порядок организации и материально-техническое обеспечение проведения практик обучающихся, осваивающих основную профессиональную образовательную программу высшего образования.

Образовательная деятельность в форме **практической подготовки** может быть организована при реализации дисциплин (модулей), практики, иных компонентов образовательных программ, предусмотренных учебным планом, следующим образом:

- при реализации дисциплин (модулей), иных компонентов образовательных программ (за исключением практики), практическая подготовка организуется путем проведения практических занятий, практикумов и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие студентов в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

- при проведении практики практическая подготовка организуется путем непосредственного выполнения студентами определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Реализация компонентов образовательной программы в форме практической подготовки может осуществляться непрерывно либо путем чередования с реализацией иных компонентов образовательной программы в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации студентам, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практика обучающихся в НГЛУ является составной частью ОПОП подготовки магистров и представляет собой вид учебной работы, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку.

Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения, приобретение универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, необходимых в работе по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью. Цели, задачи, а также требования к организации и проведению практики определены учебным планом, составленным в соответствии с действующим ФГОС ВО.

Производственная практика (творческая практика) в НГЛУ является составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования

подготовки магистров и представляет собой вид учебной работы, непосредственно ориентированной на формирование навыков научного исследования и профессионально-практическую подготовку.

Сроки проведения практики установлены в соответствии с учебным планом, календарным учебным графиком и с учетом требований ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) магистр).

Проведение практики осуществляется на основе договоров между Университетом и соответствующими организациями, которые определяются выпускающей кафедрой или могут проводиться на выпускающей кафедре.

II. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ)

Способы организации практики: стационарные.

Стационарные практики проводятся в структурных подразделениях НГЛУ или на предприятиях (в учреждениях, организациях), расположенных в Нижнем Новгороде. Возможна практика на предприятиях в других городах Российской Федерации.

Формы проведения практики

Производственная практика (творческая практика) проводится в форме внеаудиторной работы в профильных подразделениях государственных, коммерческих или общественных организаций.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью коммерческих предприятий, консалтинговых центрах, коммуникационных группах, PR и рекламных агентствах. Практика осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану

Содержание и порядок прохождения производственной практики (творческой практики)

Цель практики - овладение профессиональными ключевыми компетенциями, полученными в ходе учебной деятельности студента по профессиональным дисциплинам, овладение методами разработки коммуникационных продуктов в условиях профессиональной среды.

В рамках производственной практики (творческой практики) магистранты должны участвовать в разработке концепций, идей, модулей коммуникационных продуктов.

Производственная практика (творческая практика) по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью министерств и ведомств, местных администраций, в аппаратах политических партий и неправительственных объединений, фондах, консалтинговых центрах и рекламных агентствах.

Производственная практика (творческая практика) по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью министерств и ведомств, местных

администраций, в аппаратах политических партий и неправительственных объединений, фондах, консалтинговых центрах и рекламных агентствах.

Производственная практика (творческая практика) проходит в 1 этап в 1 семестре.

Таблица - План работы

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу магистров	Часы
1	Установочное занятие. Консультация руководителя практики от вуза	Понимание цели и задач практики; ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; изучение Положения о практике.	0,3
2	Инструктаж по технике безопасности в организации	Усвоения правил и норм безопасного прохождения практики.	1
3	Планирование работы	Составление плана работы на практике с научным руководителем и в случае прохождения практики за пределами вуза – с руководителем практики от предприятия.	10
4	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).	10
5	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	Понимание своего места и роли в организации; Описание собственных функциональных обязанностей стажера; определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.	10
6	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного магистром во время практики	Подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.	5,4
7	Составление дневника практики	разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.	7
8	Изучение специфики работы предприятия и его отделов	Анализ специфики работы отделов.	10

9	Изучения организации маркетинговых, рекламных и PR-кампаний на предприятии. .	Изучение практической стороны функционирования работы предприятия при организации проектов. Выполнение посильных задач.	10
10	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных магистром в процессе практики в конкретной организации Выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.	10
11	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	Выявление и представление преподавателю элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.	10
12	Анализ компетенций приобретенных во время практики	анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.	10
13.	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.	10

14.	Подведение итогов.	Составление отчета по практике	4
15.	Представление отчета научному руководителю.	Зачет	0,3
итого			108

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу магистров
1	Установочное занятие. Консультация руководителя практики от вуза	собеседование с магистром о цели и задачах практики; заполнение отчетно-правовой документации, сопровождающей прохождение практики (см. Приложения 1-3); срез-контроль на знание основных пунктов Положения о практике.
2	Инструктаж по технике безопасности	Контроль усвоения магистрами правил и норм безопасного прохождения практики.
3	Планирование работы	Составление плана работы и его согласование с научным руководителем и в случае прохождения практики за пределами вуза – с руководителем практики от предприятия.
4	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	Отчет-эссе, свидетельствующий о степени ознакомления стажера с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; Составление магистрам перечня особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
5	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	Самостоятельное описание магистром собственных функциональных обязанностей стажера; Собеседование о практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного магистром во время практики	Перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.
6	Составление дневника практики	Дневник практики..
7	Изучение правил по составлению библиографии для научного исследования	Анализ последнего стандарта по оформлению библиографии для научных работ.

8	Изучение специфики работы предприятия и его отделов	Выполнение задач руководителя практики от предприятия.
9	Изучения организации маркетинговых, рекламных и PR-кампаний на предприятии.	Аналитическая записка с оценкой маркетинговых, рекламных и PR-кампаний на предприятии.
10	Выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
11	Анализ компетенций приобретенных во время практики	Анализ магистром видов деятельности, обеспечивающих приобретение общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
12	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	Выявление и представление преподавателю элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.
13	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	Выявление и представление преподавателю элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.
14.	Подведение итогов.	Отчет по практике.
15.	Представление отчета научному руководителю.	Зачет

V. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

1. Руководство практиками. Обязанности лиц, отвечающих за прохождение практики

Заведующий кафедрой выполняет следующие функции:

- закрепляет нагрузку по руководству практикой магистров за преподавателями кафедры;
- обеспечивает выполнение графика проведения практик;
- участвует в проведении организационных собраний магистров;
- контролирует проведение практик;
- организует изучение и подбор баз практик;

- при содействии администрации университета налаживает контакты с руководством учреждений, организаций и предприятий для получения разрешения на прохождение практик магистрами.

- осуществляет контроль за распределением магистров по базам практик;
- заслушивает отчет руководителя практик от университета о проделанной работе;
- участвует в обсуждении отчета о практиках на заседании кафедры и вносит свои предложения по разработке мероприятий по улучшению руководства практиками;
- обеспечивает руководителя практиками от университета учебно-методической документацией.

Руководитель практики от университета обязан:

До начала практики:

- ознакомиться с базой прохождения практики с целью определения возможностей выполнения магистрами поставленных перед ним задач (не позднее, чем за неделю до проведения организационного собрания);
- подготовить проект приказа о распределении магистров по базам практик (за 2 недели до начала каждого вида практики);
- провести организационное собрание по вопросам прохождения практик, на котором обсудить со магистрами задание на предстоящую практику, выдать направления и другую необходимую документацию (не позднее, чем за 1 неделю до начала практики);
- установить связь с руководителями практики от базовой организации и совместно с ними составить рабочую программу проведения практики;
- обеспечить проведение всех организационных мероприятий, касающихся приема магистров на базе практики: согласование с руководителями практики от базовой организации места и режима работы практикантов, их прав и обязанностей, возможностей доступа к необходимой документации, возможностей временной работы на вакантных штатных должностях; решение проблем оформления пропусков для магистров на время практики;
- познакомить магистров со специалистами принимающей стороны непосредственно на местах прохождения практик и т. д.;

В ходе практики:

- обеспечивать прохождение практик в строгом соответствии с учебным планом и программой, посещать объекты практики в установленные кафедрой дни;
- осуществлять контроль над обеспечением необходимых условий труда магистров в ходе практики;
- осуществлять контроль над соблюдением сроков практики и ее содержанием;
- консультировать магистров в ходе практики по вопросам выполнения индивидуального задания, составления отчета о практике, оказывать методическую помощь магистрам в сборе материалов к дипломной работе;
- совместно с руководителями практики базовой организации нести ответственность за соблюдение магистрами правил техники безопасности.

После окончания практики:

- обеспечить сбор отчетов о практиках и дневников практикантов;
- проверить отчеты магистров о прохождении практики, выставить оценки за прохождение практик в ведомости и зачетные книжки магистров;
- сдать отчеты и дневники прохождения практики магистров на кафедру;
- обеспечить и организовать сохранность отчетной документации по практикам согласно нормативным документам;
- провести собрание (конференцию) со магистрами об итогах прохождения каждого вида практик;
- представить заведующему кафедрой информацию об итогах проведения практики, включая замечания по ее организации и предложения по совершенствованию

практической подготовки магистров.

Администрация базы практик (принимающей стороны):

- обязана организовать и контролировать прохождение практики магистрами в соответствии с групповым или индивидуальным заданием;

- обязана обеспечить условия, необходимые для успешного прохождения практик магистрами, организовать и провести ее в соответствии с Положением и заданиями закрепленных за ними магистров. В этих целях они назначают из числа своих сотрудников руководителя практики от базовой организации (как правило, руководителя организации, его заместителя или одного из ведущих специалистов), обеспечивающих непосредственное руководство ее проведением и работающих в тесном контакте с руководителями практики;

- при наличии вакантных должностей магистры могут зачисляться на них, если работа соответствует требованиям программы практики.

Руководитель практики магистров от принимающей стороны обязан:

- ознакомить магистров с особенностями деятельности данного учреждения (организации), с условиями труда и материально-техническим оснащением базы практик с организацией работы на конкретном рабочем месте;

- определить (совместно с руководителем практики от университета) цели, задачи и объём работы практики для каждого магистра;

- контролировать соблюдение практикантами производственной дисциплины и сообщать в университет обо всех случаях нарушения ими правил внутреннего трудового распорядка;

- участвовать в оценке качества работы путём внесения пометок в дневники магистров о прохождении практики;

- дать отзыв о выполнении программы практики закрепленных за ними магистров, включающий замечания и предложения по ее организации (в последний день практики);

- с момента зачисления магистров в период практики на рабочие места ознакомить их в установленном порядке с правилами охраны труда и правилами внутреннего распорядка, действующими на предприятии. При этом продолжительность рабочего дня магистров при прохождении практики в организациях должна составлять для магистров в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю.

2. Отчетная документация магистров.

Отчет по практике должен состоять из следующих структурных элементов:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- основная часть, состоящая из двух глав;
- заключение;
- список литературы;
- приложения.

Текст отчета и иллюстративно-графический материал (таблицы, графики, схемы, рисунки) оформляются согласно методическим рекомендациям:

Обязательные структурные части, разделы отчета (их названия)	Форма изложения материала
Титульный лист документа	Содержит обязательные реквизиты. (см. Приложение 4)
Оглавление	Перечень (список) наименований всех разделов, глав, параграфов, с указанием страниц, на которых они расположены. (см. Приложение 5)

Введение	Описать цели и задачи практики согласно методическим рекомендациям
Отчетная документация по практике	1. Договор между Университетом и организацией – базой практики. 2. Направление стажера в организацию – базу практики.
Заключение	Оформить текстом: Итог проделанной работы по объему и выполненным целям практики.
Список литературы	Оформить текстом - списком: (15-20 источников) Перечисляются с порядковой нумерацией письменные источники, которыми пользовался магистр во время прохождения практики (нормативно-правовые акты, учебники, учебные пособия, методики, интернет-источники и др.)

При направлении лиц с ограниченными возможностями здоровья в организацию или предприятие для прохождения предусмотренной учебным планом практики, Университет согласовывает с организацией (предприятием) условия и виды труда. При необходимости, для прохождения практик могут создаваться специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых студентом-инвалидом трудовых функций.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура (всё – в стандартной комплектации для лабораторных занятий и самостоятельной работы); доступ к Интернету.

VII. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Нормативно-технические документы

При прохождении практики в организациях магистр должен усвоить основные нормативно-технические документы:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 43.02.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) «магистр»), утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528.

2. Программа практики магистров по направлению подготовки магистров 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

При прохождении практики магистр должен усвоить компьютерные технологии, обеспечивающие реализацию процессов социальных коммуникаций, основные методы научных исследований, проведения эксперимента, оценки полученных результатов, оформления отчетов по НИР и ОКР. При этом широко используется арсенал выставочных стендов, специализированной контрольно-измерительной техники, вычислительной и компьютерной техники со специализированным программным обеспечением.

Для прохождения практики и подготовки отчета о ней магистру может потребоваться следующее программное обеспечение (платные, условно-бесплатные или демо-версии): ABBYY Finereader, ABBYY Lingvo, Adobe Acrobat Reader, Adobe Photoshop, AllFusion Process Modeler (BPWin), Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Project, Microsoft Publisher, Microsoft Visio, Microsoft Word, Opera, Microsoft Internet Explorer, Promt, SwiffChart Pro, Консультант+/ Гарант/ Кодекс.

Перечень учебной литературы и интернет-ресурсов, необходимых для проведения практик

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
6.1. Рекомендуемая литература			
6.1.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Архангельская И.Б., Мезина Л.Г., Архангельская А.С.	Интегрированные маркетинговые коммуникации.	М.: РИОР, ИНФРА-М, 2020.
Л1.2	Архангельская И.Б., Ротанова М.Б.	Методические указания по написанию выпускной квалификационной работы (бакалавриат, магистратура): электронная версия.	Н. Новгород: НГЛУ, 2020.
Л1.3	Емельянов, С. М.	Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов.	М.: Юрайт, 2020.
Л1.4	Кириллова Н.Б.	Медиалогия. 2-е изд., стер	М.; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 420 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494602
Л1.5	Кирия И.Б., Новикова А.А.	История и теория медиа: учебник для вузов.	М : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753
Л1.6	Мальшева Е.Г., Рогалева О.С.	Методология и методы медиаисследований: учебное пособие	Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2019. – 132 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563025
Л1.7	Синяева И.М.	Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров. Реклама и связи с общественностью: учебник	М.: Издательство Юрайт, 2020
Л1.8	Чумиков А.Н.	Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студ. вузов.	М.: Аспект Пресс, 2019.
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Ачкасова В. А.	Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для вузов/ под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп.	— Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. —

			URL: https://urait.ru/bcode/453280 (д
Л2.2		Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой	. М. : Юнити, 2015.
Л2.3	Дрокина, К.В.	Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие	Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Таганрог : Южный федеральный университет, 2016. – Ч. 2. – 76 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030
Л2.4		Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой. –	Москва : Юнити, 2015. – 504 с. – (Magister). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438
Л2.5	Карпова С.В.	Финансовый маркетинг: теория и практика. Учебное пособие для магистров.	М.: Юрайт. Серия : Магистр. 2014.
Л2.6	Кириллова, Н.Б.	Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие :	Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 185 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869
Л2.7		Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов/ под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр.	М.: Издательство Юрайт, 2020.
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] URL: http://www.akarussia.ru/		
Э2	Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью URL: http://pracademy.ru/files/upload/07/8a/Российский%20кодекс%20профессиональных%20и%20этических%20принципов%20в%20PR РАСО.pdf		
Э3	Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // URL: www.advertology.ru .		
Э4	Сервис для создания и редактирования видео. URL: www.movavi.ru/videoeditor		
Э5	Сервис для создания и редактирования видео. URL: www.supra.ru		
Э6	Федеральный Закон РФ «О Рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ [электронный ресурс] / URL: http://www.consultant.ru/popular/advert/		

Э7	Федеральный Закон РФ «О Средствах массовой информации» (Закон о СМИ) от 27.12. 1991 № 2124-1 / [электронный ресурс] / URL http://www.consultant.ru/popular/smi/
----	---

ДОГОВОР № _____

о сотрудничестве в области организации и проведения практики обучающихся
г. Нижний Новгород «___» _____
202__ г.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», именуемое в дальнейшем «Университет, НГЛУ», в лице проректора по образовательной и профориентационной деятельности Ивановой Риммы Анваровны, действующей на основании Доверенности № 14 от 24.06.2021 г., с одной стороны, и

(организационно-правовая форма организации, ее наименование)
именуемая в дальнейшем «Организация», в лице

(ФИО, должность)

_____, действующего
на основании _____, с другой стороны,

(Устава, доверенности, положения)

руководствуясь законодательством Российской Федерации и «Положением о практической подготовке обучающихся», утвержденного приказом Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России № 390 от 05.08.2020 г. заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. Предмет договора

1.1. Стороны принимают на себя обязательства по организации практики обучающихся на условиях, предусмотренных настоящим договором.

2. Обязанности сторон

2.1. Обязанности Организации:

2.1.1. Предоставить студенту _____ курса _____,
(ФИО студента)

обучающемуся по специальности/направлению
подготовки _____ в НГЛУ место, для прохождения
практики _____

(вид практики)

на период с _____ 202__ г. по _____ 202__ г.

2.1.2. Обеспечить обучающемуся безопасную организацию работы.

2.1.3. Создать необходимые условия для выполнения обучающимся программы практики. Не привлекать практиканта к работам, не имеющим отношения к специальности.

2.1.4. Предоставить обучающемуся необходимые материалы и документацию для успешного выполнения им программы практики.

2.1.5. Назначить квалифицированных специалистов для руководства практикой.

2.1.6. Вести учет явки обучающегося в соответствии с установленным в «Организации» порядком. Обо всех случаях нарушения обучающимся трудовой дисциплины и Правил внутреннего распорядка «Организации» сообщать в Университет.

2.1.7. По окончании практики дать отзыв (характеристику) о работе обучающегося.

2.2. Обязанности Университета:

2.2.1. Направить в Организацию обучающегося в соответствии с утвержденным учебным планом.

2.2.2. До начала практики предоставить Организации список обучающихся, направляемых на практику.

- 2.2.3. Назначить квалифицированных преподавателей для руководства практикой обучающихся.
- 2.2.4. Осуществлять текущий контроль за прохождением практики обучающихся.
- 2.2.5. Оказывать работникам Организации – руководителям практики обучающихся – методическую помощь в организации и проведении практики.

3. Прочие условия

3.1. Договор вступает в силу с момента подписания его сторонами и действует до «___» _____ 202__ г.

3.2. Договор заключается сторонами на срок прохождения практики обучающимся.

3.3. Настоящий договор может быть расторгнут по инициативе любой из сторон в случае возникновения обстоятельств, которые существенно изменяют условия, при которых заключен настоящий договор при условии предварительного письменного уведомления другой стороны не менее, чем за 15 дней.

3.4. Споры, возникающие по настоящему договору, разрешаются по согласованию сторон. В случае не достижения согласия между сторонами споры разрешаются в порядке, установленном действующим законодательством.

3.5. Настоящий договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, один из которых хранится в Университете, другой – в Организации.

4. Дополнительные условия

4.1. Все изменения и дополнения к настоящему договору вносятся путем подписания дополнительных соглашений уполномоченными представителями сторон.

4.2. В случае возникновения споров по вопросам, предусмотренным настоящим договором или в связи с ним, стороны обязуются принять меры к решению их путем переговоров. В случае не достижения согласия между сторонами споры разрешаются в порядке, установленном действующим законодательством.

4.3. Настоящий договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу.

4.4. В случае возникновения правоотношений, включающих в себя финансовые условия, стороны оформляют их в виде отдельных договоров.

5. Антикоррупционная оговорка

5.1. Университет обязуется в рамках исполнения настоящего договора соблюдать требования применимого антикоррупционного законодательства и не предпринимать никаких действий, которые могут нарушить нормы антикоррупционного законодательства или стать причиной такого нарушения Организацией, в том числе не требовать, не получать, не предлагать, не санкционировать, не обещать и не совершать незаконные платежи напрямую, через третьих лиц или в качестве посредника, включая (но не ограничиваясь) взятки в денежной или любой иной форме, каким-либо физическим или юридическим лицам, включая (но не ограничиваясь) коммерческим организациям, органам власти и самоуправления, государственным служащим, частным компаниям и их представителям.

5.2. В случае нарушения Университетом изложенных выше антикоррупционных обязательств, Организация вправе в одностороннем порядке приостановить исполнение своих обязательств по настоящему договору до устранения причин такого нарушения или отказаться от исполнения договора, направив об этом письменное уведомление.

6. Юридические адреса и банковские реквизиты сторон:

Университет:

Организация:

НГЛУ

Адрес: 603155, Нижний Новгород, ул. Минина, д.31 а. Телефон: 436-15-75

Банковские реквизиты: УФК по Нижегородской Адрес: _____

области (НГЛУ), л/с 20326У08370

р/с 03214643000000013200

Волго-Вятское ГУ БАНКА РОССИИ//УФК по
Нижегородской области г.Нижний Новгород
БИК 012202102

Проректор по образовательной и
профориентационной деятельности

_____ / Р.А. Иванова

(подпись)

МП

Телефон: _____

Факс: _____

Банковские реквизиты: _____

Руководитель практики:

_____ / _____

(подпись)

(ФИО)

МП

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Н.А. Добролюбова»**

603155, г. Нижний Новгород, ГСП
Н-155, ул. Минина, д. 31а

Телефон (831) 436-15-75

Факс (831) 436-20-49

Эл. почта: admdep@lunn.ru

НАПРАВЛЕНИЕ

на _____ (вид практики) _____ практику

студент(ка) _____ (ФИО) _____

Высшая школа/институт _____

Специальность / направление подготовки _____

Выпускающая кафедра _____

Курс _____ Группа _____

Срок прохождения практики с “ ___ ” _____ 202__ г. по “ ___ ” _____ 202__ г.

Место проведения практики _____
(организационно-правовая форма организации, наименование, адрес, телефон)

Вед. специалист
по организации практик _____ (ФИО) _____ (подпись)

Зав. кафедрой _____ (ФИО) _____ (подпись)

Декан факультета _____ (ФИО) _____ (подпись)

МП

Дата выдачи “ ___ ” _____ 202__ г.

ОТМЕТКА О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Студент(ка) _____ (ФИО) _____

Курс _____ Группа _____

Приступила к практике
“ ___ ” _____ 202__ г.

Завершила практику
“ ___ ” _____ 202__ г.

Руководитель организации _____ (ФИО) _____
(подпись)

” ___ “ _____ 202__ г.

МП

КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СТУДЕНТА ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

(степень выполнения задания практики, уровень теоретической подготовки, умение решать поставленные задачи, дисциплина, замечания руководителя).

Оценка руководителя практики от организации

Руководитель практики от организации

_____ (ФИО, должность) _____ (подпись)
 “ ___ ” _____ 202__ г.

Руководитель организации _____ (подпись)
 (ФИО) _____ МП

“ ___ ” _____ 202__ г.

ОТМЕТКА О КОНТРОЛЕ ЗА ХОДОМ ПРАКТИКИ

Дата проверки _____

Проверяющий _____

Содержание замечаний и указаний студенту(ке) _____

ОЦЕНКА КАФЕДРОЙ ИТОГОВ ПРАКТИКИ

Общая оценка за практику

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования «Нижегородский государственный
лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова»**

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ СТУДЕНТА

Студент _____

(Фамилия, имя, отчество)

Высшая школа/институт _____

Направление подготовки (профиль)/специальность _____

_____ курс _____, группа ____

направляется на _____ в _____
(вид практики) (организация)

Цель практики:

Задачи практики:

Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики:

I. Календарные сроки практики

По учебному плану с _____ по _____

Дата прибытия на практику _____ 202 г.

Дата выбытия с места практики _____ 202 г.

II. Руководитель практики от НГЛУ

Кафедра _____

Должность _____

ФИО _____

планируемое индивидуальное задание

Планируемые виды работ	
1.	Ознакомиться с уставными и нормативными документами, регламентирующими производственно-хозяйственную и управленческую деятельность организации;

Руководитель практики
от организации _____ (ФИО)
(ПОДПИСЬ)

Руководитель практики
от кафедры _____ (ФИО)
(ПОДПИСЬ)

Оформление титульного листа дневника практики
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
Высшего профессионального образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет
им. Н.А. Добролюбова»

О Т Ч Е Т
о прохождении (название вида практики)
практики

Магистра _____
(Ф.И.О. полностью)

Высшей школы/института _____ курса _____
группы _____ форма обучения: _____
(очная, заочная)

дом, адрес и телефон _____

Место проведения практики
_____ города _____
(базовое учреждение)

Сроки проведения практики
с «__» _____ по «__» _____ 20__ г.

Руководитель базового учреждения (центра)

(указать должность, Ф.И.О. полностью)

Специалист базового учреждения _____
(указать должность, Ф.И.О. полностью)

Адрес и телефон базового учреждения _____

Руководитель практики:
Руководитель от университета _____
Зав. кафедрой _____

Нижегород
2023

*Образец Оглавления отчета по практике***ОГЛАВЛЕНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ (*указываются причины выбора определенной организации в качестве базы практики, формулируются цель и задачи практики ее продолжительность*)

1. Общая характеристика организации - базы прохождения практики
2. Должностные обязанности практиканта
3. Индивидуальное задание стажера
4. Индивидуальный план (дневник) практики
5. Общекультурные и профессиональные компетенции, приобретенные в процессе практики
6. Анализ основных проблем, сопровождавших прохождение практики
7. Рекомендации по совершенствованию форм и методов деятельности организации – базы практики
8. Элементы практики как эмпирическая основа научных работ разного уровня (курсовых, дипломных).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ (*приводятся общие выводы по всем составляющим практики*)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Составитель: д.филол.н., доцент Архангельская И.Б.

Рецензент(ы): к.филол.н., доцент Ротанова М.Б.

Рабочая программа практики
«Производственная практика (научно-исследовательская работа)»
разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 08.06.2017 № 528

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса,

утвержденного Учёным советом НГЛУ от 25.05.2023 г., протокол №14.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры философии, общественных коммуникаций и туризма

Протокол от 28.08.2023 г

Срок действия программы 2023 – 2024 уч.г.

и.о. зав. каф. _____ кан. филос. наук, доцент Ротанова М.Б.
(уч. степень, уч. звание, ФИО)



1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ
Цель: Формирование целостного представления о теории и методике научного исследования; изучение специфики и особенностей организации научно-исследовательской деятельности; выработка профессиональных компетенций, необходимых для проведения как самостоятельной научно-исследовательской работы, результатом которой является написание и успешная защита магистерской диссертации, так и научно-исследовательской работы в составе научного коллектива.
Задачи освоения практики: Сформировать представление о научном исследовании в сфере рекламы, связей с общественностью интегрированных коммуникаций.
Изучить подходы к поиску источников для научного исследования
Овладеть техникой мониторинга информационного поля конкретной организации
Ознакомиться с правилами оформления библиографии
Собрать материал, который необходим для написания выпускной квалификационной работы.
Сформировать список литературы по изучаемой проблематике
Рассмотреть возможности использования общенаучных и прикладных методов исследования по своей теме.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б2.О.01(Н)
Производственная практика проводится в 1, 2, 3 и 4 семестрах (12 з.е., по 3 зачетные единицы в каждом) и входит в обязательную часть Блока 2 «Практика».	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	История и методология науки
2.1.2	Коммуникационный менеджмент
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Подготовка к написанию ВКР
2.2.2	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Знать:	
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	
УК-1.1. Выявляет проблемную ситуацию в процессе анализа проблемы, определяет этапы ее разрешения с учетом вариативных контекстов.	
УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации.	
УК-1.3. Рассматривает различные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивает их преимущества и риски.	
УК-1.4. Грамотно, логично, аргументированно формулирует собственные суждения и оценки. Предлагает стратегию действий.	
УК-1.5. Определяет и оценивает практические последствия реализации действий по разрешению проблемной ситуации.	
Уровень Пороговый	обучающий слабо знает, как осуществить критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень Высокий	обучающийся с незначительными затруднениями знает, как осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень Повышенный	обучающийся с требуемой степенью полноты и точности умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий слабо умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень Высокий	... обучающийся с незначительными затруднениями умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень Повышенный	обучающийся с требуемой степенью полноты и точности умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
<p>УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p> <p>УК-2.1. Выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта.</p> <p>УК-2.2. Определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта. Определяет исполнителей проекта.</p> <p>УК-2.3. Проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.</p> <p>УК-2.4. Качественно решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время. Оценивает риски и результаты проекта.</p> <p>УК-2.5. Публично представляет результаты проекта, вступает в обсуждение хода и результатов проекта.</p>	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла

ый	
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	
УК-4.1. Выбирает на государственном и иностранном(ых) языке(ах) коммуникативно приемлемые стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.	
УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном(ых) языках.	
УК-4.3. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном(ых) языке(ах).	
УК-4.4. Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры в процессе профессионального взаимодействия на государственном и иностранном(ых) языке(ах).	
УК-4.5. Демонстрирует умение выполнять перевод академических и профессиональных текстов с иностранного(ых) на государственный язык.	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне знает, как применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне знает, как применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет современными коммуникативными технологиями, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет современными коммуникативными технологиями, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет современными коммуникативными технологиями, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	
УК-6.1. Применяет рефлексивные методы в процессе оценки разнообразных ресурсов (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.), используемых для решения задач самоорганизации и саморазвития.	
УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, выстраивает планы их достижения.	

УК-6.3. Формулирует цели собственной деятельности, определяет пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.	
УК-6.4. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов для совершенствования своей деятельности.	
УК-6.5. Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и умений с целью совершенствования своей деятельности.	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	
ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне знает, как планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.
ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	
ОПК-2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов	
ОПК-2.2. Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне знает, как анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Уровень Повышен ый	...обучающий на высоком уровне знает, как анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Уметь:	
Уровень Пороговый	...обучающий на базовом уровне умеет анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне умеет анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Уровень Повышен ый	...обучающий на высоком уровне умеет анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Владеть:	
Уровень Пороговый	...обучающий на базовом уровне владеет навыками анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне владеет навыками анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Уровень Повышен ый	...обучающий на высоком уровне владеет навыками анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса	
ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне знает, как анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Повышен ый	...обучающий на высоком уровне знает, как анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уметь:	
Уровень Пороговый	...обучающий на базовом уровне умеет анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) коммуникационных продуктов

	медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне умеет анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками анализа многообразных достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками анализа многообразных достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне владеет навыками анализа многообразных достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	
ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	
ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке / реализации иных коммуникационных продуктов	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне знает, как анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне умеет анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

Уровень Повышенн ый	...обучающий на высоком уровне владеет навыками анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	
ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	
ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне знает, как анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Уровень Повышенн ый	...обучающий на высоком уровне знает, как анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Уметь:	
Уровень Пороговый	...обучающий на базовом уровне должен уметь анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне знает, как анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Уровень Повышенн ый	...обучающий на высоком уровне должен уметь анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Владеть:	
Уровень Пороговый	...обучающий на базовом уровне должен владеть навыками анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне должен владеть навыками анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Уровень Повышенн ый	...обучающий на высоком уровне должен владеть навыками анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира,

ый	исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	
ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	
ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне знает, как внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Повышенный обучающий на высоком уровне знает, как внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уметь:	
Уровень Пороговый обучающий на базовом уровне умеет внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне умеет внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Повышенный обучающий на высоком уровне умеет внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне должен владеть навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне должен владеть навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне должен владеть навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	
ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	
ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности

Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, а также умеет применять при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, а также умеет применять при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне умеет осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, а также умеет применять при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, при разработке и реализации коммуникационного продукта следует принципам социальной ответственности
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, при разработке и реализации коммуникационного продукта следует принципам социальной ответственности
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне владеет навыками осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, при разработке и реализации коммуникационного продукта следует принципам социальной ответственности
<p>ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность</p> <p>ПК-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного / рекламного / PR-агентства</p> <p>ПК-1.2. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>ПК-1.3. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения / предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы</p> <p>ПК-1.4. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень	... обучающий на хорошем уровне знает, как управлять процессами

Высокий	стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Повышенный	...обучающий на высоком уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уметь:	
Уровень Пороговый	...обучающий на базовом уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Повышенный	...обучающий на высоком уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень Повышенный	...обучающий на высоком уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	
ПК-2.1. Формулирует концепцию научного исследования	
ПК-2.2. Разрабатывает бизнес-планы проектов	
ПК-2.3. Осуществляет руководство проектной деятельностью	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью

Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
Уровень Повышенн ый обучающий на высоком уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	
ПК-3.1. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации	
ПК-3.2. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования, на основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий

Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки ПК-4.1. Использовать современные методики для оценки качества проектов ПК-4.2. Использовать современные критерии оценки эффективности реализации проектов. ПК-4.3. Использовать современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает <ul style="list-style-type: none"> • современные методики для оценки качества проектов, • современные критерии оценки эффективности реализации проектов, • современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает <ul style="list-style-type: none"> • современные методики для оценки качества проектов, • современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне знает <ul style="list-style-type: none"> • современные методики для оценки качества проектов, • современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет использовать <ul style="list-style-type: none"> • современные методики для оценки качества проектов, • современные критерии оценки эффективности реализации проектов, • современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет использовать <ul style="list-style-type: none"> • современные методики для оценки качества проектов, • современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне умеет использовать <ul style="list-style-type: none"> • современные методики для оценки качества проектов, • современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
ПК-5. Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций	

ПК-5.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.	
ПК-5.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем	
ПК-6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	
ПК-6.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач	
ПК-6.3. Формулирует целевой репутационный образ организации / компании / персоны	
ПК-6.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает способы разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает способы разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает способы разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем
Уметь:	

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа разработана в соответствии с Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ, Трудовым кодексом Российской Федерации, Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Минобрнауки России от 6 апреля 2021 г. № 245, федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528, с изменениями и дополнениями, утвержденными приказами Минобрнауки России от 26 ноября 2020 г. № 1456, 8 февраля 2021 г. № 82, Положением о практической подготовке обучающихся, утвержденным приказом Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05 августа 2020 г. №885/390, Положением о практической подготовке обучающихся в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», утвержденным приказом ректора НГЛУ от 11 мая 2022 г. № 177 ОС/Д, и определяет виды, порядок организации и материально-техническое обеспечение проведения практик обучающихся, осваивающих основную профессиональную образовательную программу высшего образования.

Образовательная деятельность в форме **практической подготовки** может быть организована при реализации дисциплин (модулей), практики, иных компонентов образовательных программ, предусмотренных учебным планом, следующим образом:

- при реализации дисциплин (модулей), иных компонентов образовательных программ (за исключением практики), практическая подготовка организуется путем проведения практических занятий, практикумов и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие студентов в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

- при проведении практики практическая подготовка организуется путем непосредственного выполнения студентами определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Реализация компонентов образовательной программы в форме практической подготовки может осуществляться непрерывно либо путем чередования с реализацией иных компонентов образовательной программы в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации студентам, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практика обучающихся в НГЛУ является составной частью ОПОП подготовки магистров и представляет собой вид учебной работы, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку.

Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения, приобретение универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, необходимых в работе по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью. Цели, задачи, а также требования к организации и проведению практики определены учебным планом, составленным в соответствии с действующим ФГОС ВО.

Производственная практика (научно-исследовательская работа) обучающихся в НГЛУ является составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования подготовки магистров и представляет собой вид учебной работы, непосредственно ориентированной на навыков научного исследования.

Сроки проведения практики установлены в соответствии с учебным планом, календарным учебным графиком и с учетом требований ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) магистр).

Проведение практики осуществляется на основе договоров между Университетом и соответствующими организациями, которые определяются выпускающей кафедрой или могут проводиться на выпускающей кафедре.

II. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ)

Способы организации практики: стационарные.

Стационарные практики проводятся в структурных подразделениях НГЛУ или на предприятиях (в учреждениях, организациях), расположенных в Нижнем Новгороде. Возможна практика на предприятиях в других городах Российской Федерации.

Формы проведения практики

Производственная практика проводится в форме внеаудиторной работы в профильных подразделениях государственных, коммерческих или общественных организаций.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью коммерческих предприятий, консалтинговых центрах, коммуникационных группах, PR и рекламных агентствах. Практика осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану

Содержание и порядок прохождения производственной практики (научно-исследовательской работы)

Производственная практика (научно-исследовательская работа) по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью министерств и ведомств, местных администраций, в аппаратах политических партий и неправительственных объединений, фондах, консалтинговых центрах и рекламных агентствах.

Производственная практика (научно-исследовательская работа) по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью министерств и ведомств, местных администраций, в аппаратах политических партий и неправительственных объединений, фондах, консалтинговых центрах и рекламных агентствах.

Производственная практика (научно-исследовательская работа) проходит в 4 этапа в 1,2,3,4 семестрах.

Таблица - План работы

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу магистров	Часы (во всех 4 семестрах)
1	Установочное занятие. Консультации	Понимание цели и задач практики; ознакомление с отчетно-правовой	16

	руководителя практики от вуза	документаций, сопровождающей прохождение практики; изучение Положения о практике.	
2	Инструктаж по технике безопасности в организации	Усвоения правил и норм безопасного прохождения практики.	8
3	Планирование работы	Составление плана работы на практике с научным руководителем и в случае прохождения практики за пределами вуза – с руководителем практики от предприятия.	12
4	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).	52
5	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	Понимание своего места и роли в организации; Описание собственных функциональных обязанностей стажера; определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.	24
6	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного магистром во время практики	Подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.	20
7	Составление дневника практики	разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.	20
8	Изучение правил по составлению библиографии для научного исследования и	Анализ последнего стандарта по оформлению библиографии для научных работ.	40
9	Подбор литературы по теме исследования. составление библиографии по теме.	Работа с источниками	40
10	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных магистром в процессе	описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и	60

	практики в конкретной организации Выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	федеральном рынках; изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.	
11	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	Выявление и представление преподавателю элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.	40
12	Анализ компетенций приобретенных во время практики	анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.	20,8
13.	определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.	20
14.	Подведение итогов.	Составление отчета по практике	40
15.	Защита отчета по практике	Представление отчета научному руководителю. Обсуждение его сильных и слабых сторон.	1,2
итого			432

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу магистров
1	Установочное занятие. Консультация руководителя практики от вуза	собеседование с магистром о цели и задачах практики; заполнение отчетно-правовой документации, сопровождающей прохождение практики (см. Приложения 1-3); срез-контроль на знание основных пунктов Положения о практике.
2	Инструктаж по технике безопасности	Контроль усвоения магистрами правил и норм безопасного прохождения практики.
3	Планирование работы	Составление плана работы и его согласование с научным руководителем и в случае прохождения практики за пределами вуза – с руководителем практики от предприятия.
4	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	Отчет-эссе, свидетельствующий о степени ознакомления стажера с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; Составление магистрам перечня особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
5	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	Самостоятельное описание магистром собственных функциональных обязанностей стажера; Собеседование о практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного магистром во время практики	Перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.
6	Составление дневника практики	Дневник практики.
7	Изучение правил по составлению библиографии для научного исследования и	Анализ последнего стандарта по оформлению библиографии для научных работ.
8	Подбор литературы по теме исследования. составление библиографии по теме.	Библиография по исследуемой теме на русском и английском языке. Минимум 60 источников.
9	Сбор, анализ и систематизация	описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг;

	материалов, собранных магистром в процессе практики в конкретной организации Выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	Анализ конкурентной среды. ; Выбор методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; Характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.
10	Выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
11	Анализ компетенций приобретенных во время практики	Анализ магистром видов деятельности, обеспечивающих приобретение общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
12	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	Выявление и представление преподавателю элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.
13	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	Выявление и представление преподавателю элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.
14.	Подведение итогов.	Отчет по практике.
15.	Защита отчета по практике	Защита отчета в устной форме. Возможно, с презентацией в Power Point.

V. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

1. Руководство практиками. Обязанности лиц, отвечающих за прохождение практики

Заведующий кафедрой выполняет следующие функции:

- закрепляет нагрузку по руководству практикой магистров за преподавателями кафедры;
- обеспечивает выполнение графика проведения практик;
- участвует в проведении организационных собраний магистров;
- контролирует проведение практик;
- организует изучение и подбор баз практик;
- при содействии администрации университета налаживает контакты с руководством учреждений, организаций и предприятий для получения разрешения на прохождение практик магистрами.
- осуществляет контроль за распределением магистров по базам практик;
- заслушивает отчет руководителя практик от университета о проделанной работе;
- участвует в обсуждении отчета о практиках на заседании кафедры и вносит свои предложения по разработке мероприятий по улучшению руководства практиками;
- обеспечивает руководителя практиками от университета учебно-методической документацией.

Руководитель практики от университета обязан:

До начала практики:

- ознакомиться с базой прохождения практики с целью определения возможностей выполнения магистрами поставленных перед ним задач (не позднее, чем за неделю до проведения организационного собрания);
- подготовить проект приказа о распределении магистров по базам практик (за 2 недели до начала каждого вида практики);
- провести организационное собрание по вопросам прохождения практик, на котором обсудить с магистрами задание на предстоящую практику, выдать направления и другую необходимую документацию (не позднее, чем за 1 неделю до начала практики);
- установить связь с руководителями практики от базовой организации и совместно с ними составить рабочую программу проведения практики;
- обеспечить проведение всех организационных мероприятий, касающихся приема магистров на базе практики: согласование с руководителями практики от базовой организации места и режима работы практикантов, их прав и обязанностей, возможностей доступа к необходимой документации, возможностей временной работы на вакантных штатных должностях; решение проблем оформления пропусков для магистров на время практики;
- познакомить магистров со специалистами принимающей стороны непосредственно на местах прохождения практик и т. д.;

В ходе практики:

- обеспечивать прохождение практик в строгом соответствии с учебным планом и программой, посещать объекты практики в установленные кафедрой дни;
- осуществлять контроль над обеспечением необходимых условий труда магистров в ходе практики;
- осуществлять контроль над соблюдением сроков практики и ее содержанием;
- консультировать магистров в ходе практики по вопросам выполнения индивидуального задания, составления отчета о практике, оказывать методическую помощь магистрам в сборе материалов к дипломной работе;
- совместно с руководителями практики базовой организации нести ответственность за соблюдение магистрами правил техники безопасности.

После окончания практики:

- обеспечить сбор отчетов о практиках и дневников практикантов;
- проверить отчеты магистров о прохождении практики, выставить оценки за прохождение практик в ведомости и зачетные книжки магистров;

- сдать отчеты и дневники прохождения практики магистров на кафедру;
- обеспечить и организовать сохранность отчетной документации по практикам согласно нормативным документам;
- провести собрание (конференцию) со магистрами об итогах прохождения каждого вида практик;
- представить заведующему кафедрой информацию об итогах проведения практики, включая замечания по ее организации и предложения по совершенствованию практической подготовки магистров.

Администрация базы практик (принимающей стороны):

- обязана организовать и контролировать прохождение практики магистрами в соответствии с групповым или индивидуальным заданием;
- обязана обеспечить условия, необходимые для успешного прохождения практик магистрами, организовать и провести ее в соответствии с Положением и заданиями закрепленных за ними магистров. В этих целях они назначают из числа своих сотрудников руководителя практики от базовой организации (как правило, руководителя организации, его заместителя или одного из ведущих специалистов), обеспечивающих непосредственное руководство ее проведением и работающих в тесном контакте с руководителями практики;
- при наличии вакантных должностей магистры могут зачисляться на них, если работа соответствует требованиям программы практики.

Руководитель практики магистров от принимающей стороны обязан:

- ознакомить магистров с особенностями деятельности данного учреждения (организации), с условиями труда и материально-техническим оснащением базы практик с организацией работы на конкретном рабочем месте;
- определить (совместно с руководителем практики от университета) цели, задачи и объем работы практики для каждого магистра;
- контролировать соблюдение практикантами производственной дисциплины и сообщать в университет обо всех случаях нарушения ими правил внутреннего трудового распорядка;
- участвовать в оценке качества работы путём внесения пометок в дневники магистров о прохождении практики;
- дать отзыв о выполнении программы практики закрепленных за ними магистров, включающий замечания и предложения по ее организации (в последний день практики);
- с момента зачисления магистров в период практики на рабочие места ознакомить их в установленном порядке с правилами охраны труда и правилами внутреннего распорядка, действующими на предприятии. При этом продолжительность рабочего дня магистров при прохождении практики в организациях должна составлять для магистров в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю.

2. Отчетная документация магистров.

Отчет по практике должен состоять из следующих структурных элементов:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- основная часть, состоящая из двух глав;
- заключение;
- список литературы;
- приложения.

Текст отчета и иллюстративно-графический материал (таблицы, графики, схемы, рисунки) оформляются согласно методическим рекомендациям:

Обязательные структурные части,	Форма изложения материала
--	----------------------------------

разделы отчета (их названия)	
Титульный лист документа	Содержит обязательные реквизиты. (см. Приложение 4)
Оглавление	Перечень (список) наименований всех разделов, глав, параграфов, с указанием страниц, на которых они расположены. (см. Приложение 5)
Введение	Описать цели и задачи практики согласно методическим рекомендациям
Отчетная документация по практике	1. Договор между Университетом и организацией – базой практики. 2. Направление стажера в организацию – базу практики.
Заключение	Оформить текстом: Итог проделанной работы по объему и выполненным целям практики.
Список литературы	Оформить текстом - списком: (15-20 источников) Перечисляются с порядковой нумерацией письменные источники, которыми пользовался магистр во время прохождения практики (нормативно-правовые акты, учебники, учебные пособия, методика, интернет-источники и др.)

При направлении лиц с ограниченными возможностями здоровья в организацию или предприятие для прохождения предусмотренной учебным планом практики, Университет согласовывает с организацией (предприятием) условия и виды труда. При необходимости, для прохождения практик могут создаваться специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых студентом-инвалидом трудовых функций.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура (всё – в стандартной комплектации для лабораторных занятий и самостоятельной работы); доступ к Интернету.

VII. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Нормативно-технические документы

При прохождении практики в организациях магистр должен усвоить основные нормативно-технические документы:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) «магистр»), утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528.

2. Программа практики магистров по направлению подготовки магистров 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

При прохождении практики магистр должен усвоить компьютерные технологии, обеспечивающие реализацию процессов социальных коммуникаций, основные методы

научных исследований, проведения эксперимента, оценки полученных результатов, оформления отчетов по НИР и ОКР. При этом широко используется арсенал выставочных стендов, специализированной контрольно-измерительной техники, вычислительной и компьютерной техники со специализированным программным обеспечением.

Для прохождения практики и подготовки отчета о ней магистру может потребоваться следующее программное обеспечение (платные, условно-бесплатные или демо-версии): ABBYY Finereader, ABBYY Lingvo, Adobe Acrobat Reader, Adobe Photoshop, AllFusion Process Modeler (BPWin), Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Project, Microsoft Publisher, Microsoft Visio, Microsoft Word, Opera, Microsoft Internet Explorer, Promt, SwiffChart Pro, Консультант+/ Гарант/ Кодекс.

Перечень учебной литературы и интернет-ресурсов, необходимых для проведения практик

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
6.1. Рекомендуемая литература			
6.1.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
ЛП.1	Архангельская И.Б., Мезина Л.Г., Архангельская А.С.	Интегрированные маркетинговые коммуникации.	М.: РИОР, ИНФРА-М, 2020.
ЛП.2	Архангельская И.Б., Ротанова М.Б.	Методические указания по написанию выпускной квалификационной работы (бакалавриат, магистратура): электронная версия.	Н. Новгород: НГЛУ, 2020.
ЛП.3	Емельянов, С. М.	Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов.	М.: Юрайт, 2020.
ЛП.4	Кириллова Н.Б.	Медиалогия. 2-е изд., стер	М.; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 420 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494602
ЛП.5	Кирия И.Б., Новикова А.А.	История и теория медиа: учебник для вузов.	М : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753
ЛП.6	Мальшева Е.Г., Рогалева О.С.	Методология и методы медиаисследований: учебное пособие	Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2019. – 132 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563025
ЛП.7	Синяева И.М.	Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров. Реклама и связи с общественностью: учебник	М.: Издательство Юрайт, 2020
ЛП.8	Чумиков А.Н.	Реклама и связи с общественностью: Имидж,	М.: Аспект Пресс,

		репутация, бренд: Учеб. пособие для студ. вузов.	2019.
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Ачкасова В. А.	Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов/ под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп.	— Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453280 (д
Л2.2		Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой	. М. : Юнити, 2015.
Л2.3	Дрокина, К.В.	Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие	Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Таганрог : Южный федеральный университет, 2016. – Ч. 2. – 76 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030
Л2.4		Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой.	Москва : Юнити, 2015. – 504 с. – (Magister). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438
Л2.5	Карпова С.В.	Финансовый маркетинг: теория и практика. Учебное пособие для магистров.	М.: Юрайт. Серия : Магистр. 2014.
Л2.6	Кириллова, Н.Б.	Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие :	Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 185 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869
Л2.7		Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов/ под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр.	М.: Издательство Юрайт, 2020.
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			

Э1	АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] URL: http://www.akarussia.ru/
Э2	Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью URL: http://pracademy.ru/files/upload/07/8a/Российский%20кодекс%20профессиональных%20и%20этических%20принципов%20в%20PR_PACO.pdf
Э3	Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // URL: www.advertology.ru .
Э4	Сервис для создания и редактирования видео. URL: www.movavi.ru/videoeditor
Э5	Сервис для создания и редактирования видео. URL: www.supra.ru
Э6	Федеральный Закон РФ «О Рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ [электронный ресурс] / URL: http://www.consultant.ru/popular/advert/
Э7	Федеральный Закон РФ «О Средствах массовой информации» (Закон о СМИ) от 27.12.1991 № 2124-1 / [электронный ресурс] / URL http://www.consultant.ru/popular/smi/

Оформление титульного листа дневника практики
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
Высшего профессионального образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет
им. Н.А. Добролюбова»

О Т Ч Е Т
о прохождении (название вида практики)
практики

Магистра _____
(Ф.И.О. полностью)

Высшая школа/институт _____ курса _____
группы _____ форма обучения: _____
(очная, заочная)

дом, адрес и телефон _____

Место проведения практики
_____ города _____
(базовое учреждение)

Сроки проведения практики
с «__» _____ по «__» _____ 20__ г.

Руководитель базового учреждения (центра)

(указать должность, Ф.И.О. полностью)

Специалист базового учреждения _____
(указать должность, Ф.И.О. полностью)

Адрес и телефон базового учреждения _____

Руководитель практики:
Руководитель от университета _____
Зав. кафедрой _____

Нижегород
2023

*Образец Оглавления отчета по практике***ОГЛАВЛЕНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ (*указываются причины выбора определенной организации в качестве базы практики, формулируются цель и задачи практики ее продолжительность*)

1. Общая характеристика организации - базы прохождения практики
2. Должностные обязанности практиканта
3. Индивидуальное задание стажера
4. Индивидуальный план (дневник) практики
5. Компетенции, приобретенные в процессе практики
6. Анализ основных проблем, сопровождавших прохождение практики
7. Рекомендации по совершенствованию форм и методов деятельности организации – базы практики
8. Элементы практики как эмпирическая основа научных работ разного уровня (курсовых, дипломных).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ (*приводятся общие выводы по всем составляющим практики*)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Нижегородский государственный лингвистический
университет имени Н.А. Добролюбова»



Производственная практика (профессионально-творческая практика)

(наименование дисциплины)

рабочая программа практики

Закреплена за кафедрой философии, общественных коммуникаций и туризма

Учебный план Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность(профиль) Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса

Квалификация **магистр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость 12 ЗЕТ

Часов по учебному плану 432

в том числе:

контактная работа 2,4

самостоятельная работа 429,6

Распределение часов практики по семестрам

Семестр (Курс для заочной формы обучения)	2 семестр		3 семестр		Итого	
	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки
Неделя (для очной формы обучения)	4		4		8	
Вид занятий	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки
Контактная работа	1,2	1,2	1,2	1,2	2,4	2,4
Самостоятельная работа	214,8	214,8	214,8	214,8	429,6	429,6
Итого	216	216	216	216	432	432

Составитель: д.филол.н., доцент Архангельская И.Б.

Рецензент(ы): к.филол.н., доцент Ротанова М.Б.

Рабочая программа практики
«Производственная практика (производственно-творческая практика)»
разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 08.06.2017 № 528.

составлена на основании учебного плана:
Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса»,
утвержденного Учёным советом НГЛУ от 25.05.2023 г., протокол №14.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры философии, общественных коммуникаций и туризма

Протокол от 28.08.2023 г

Срок действия программы 2023 – 2024 уч.г.

и.о. зав. каф. _____ кан. филос. наук, доцент Ротанова М.Б.
(уч. степень, уч. звание, ФИО)



1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ
Цель: Овладение профессиональными ключевыми компетенциями, полученными в ходе учебной деятельности студента по профессиональным дисциплинам, овладение методами разработки коммуникационных продуктов в условиях профессиональной среды.
Задачи освоения практики: разработать творческую концепцию и идеи для продвижения компании, услуг или продуктов в рамках своего исследования,
Определить коммуникационную и медиастратегии для творческого проекта
Выбрать оптимальные интегрированные маркетинговые коммуникации, в том числе PR и рекламные коммуникации, для продвижения своего творческого проекта.
Разработать медиапродукты для проекта в рамках своей темы.
Сформировать план кампании по продвижению проекта
Определить методы оценки эффективности проекта
Обосновать теоретически предложенные креативные решения по своей теме.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б2.О.02(П)
Производственная (профессионально- творческая) практика проводится в 2 и 3 семестрах (12 з.е., по 6 зачетные единиц в каждом) и входит в обязательную часть Блока 2 «Практика».	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Разработка и продвижение контента
2.1.2	Коммуникационный менеджмент
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	<ul style="list-style-type: none"> ● Подготовка к написанию ВКР
2.2.2	<ul style="list-style-type: none"> ● Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Планируемые результаты практики:

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	
УК-1.1. Выявляет проблемную ситуацию в процессе анализа проблемы, определяет этапы ее разрешения с учетом вариативных контекстов.	
УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации.	
УК-1.3. Рассматривает различные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивает их преимущества и риски.	
УК-1.4. Грамотно, логично, аргументированно формулирует собственные суждения и оценки. Предлагает стратегию действий.	
УК-1.5. Определяет и оценивает практические последствия реализации действий по разрешению проблемной ситуации.	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий слабо знает, как осуществить критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень Высокий	обучающийся с незначительными затруднениями знает, как осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень Повышенный	обучающийся с требуемой степенью полноты и точности умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий слабо умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

Уровень Высокий	... обучающийся с незначительными затруднениями умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень Повышенны й	обучающийся с требуемой степенью полноты и точности умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающийся на базовом уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
Уровень Высокий	обучающийся на хорошем уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
Уровень Повышенны й	обучающийся на высоком уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
<p>УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p> <p>УК-2.1. Выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта.</p> <p>УК-2.2. Определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта. Определяет исполнителей проекта. УК-2.3. Проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.</p> <p>УК-2.4. Качественно решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время. Оценивает риски и результаты проекта.</p> <p>УК-2.5. Публично представляет результаты проекта, вступает в обсуждение хода и результатов проекта.</p>	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающийся на базовом уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающийся на хорошем уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышенны й	обучающийся на высоком уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающийся на базовом уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающийся на хорошем уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышенны й	обучающийся на высоком уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающийся на базовом уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающийся на хорошем уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышенны й	обучающийся на высоком уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла

<p>УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет роль каждого участника в команде.</p> <p>УК-3.2. Учитывает в совместной деятельности особенности поведения и общения разных людей.</p> <p>УК-3.3. Способен устанавливать разные виды коммуникации (устную, письменную, вербальную, невербальную, реальную, виртуальную, межличностную и др.) для руководства командой и достижения поставленной цели.</p> <p>УК-3.4. Демонстрирует понимание результатов (последствий) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения поставленной цели, контролирует их выполнение.</p> <p>УК-3.5. Эффективно взаимодействует с членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды. Соблюдает этические нормы взаимодействия.</p>	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне знает способы руководства работой команды и выработки командной стратегии для достижения поставленной цели
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне знает способы руководства работой команды и выработки командной
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне знает способы руководства работой команды и выработки командной
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне умеет организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне умеет организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками организации и руководства работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне владеет навыками организации и руководства работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне владеет навыками организации и руководства работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
<p>УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p> <p>УК-6.1. Применяет рефлексивные методы в процессе оценки разнообразных ресурсов (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.),</p>	

используемых для решения задач самоорганизации и саморазвития.	
УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, выстраивает планы их достижения.	
УК-6.3. Формулирует цели собственной деятельности, определяет пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.	
УК-6.4. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов для совершенствования своей деятельности.	
УК-6.5. Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и умений с целью совершенствования своей деятельности.	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	
ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	
Знать:	
Уровень Пороговый обучающий на базовом уровне знает, как планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией

	медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уровень Повышенны й	... обучающий на высоком уровне знает, как планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уровень Повышенны й	... обучающий на высоком уровне умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.
Уровень Повышенны й	... обучающий на высоком уровне владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.
ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или)	

коммуникационных продуктов	
ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса	
ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками анализа многообразных достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками анализа многообразных достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками анализа многообразных достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	
ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	
ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке / реализации иных коммуникационных продуктов	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень	... обучающий на высоком уровне знает, как анализировать потребности

Повышенны й	общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уметь:	
Уровень Пороговый	...обучающий на базовом уровне умеет анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне умеет анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Повышенны й	...обучающий на высоком уровне умеет анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Владеть:	
Уровень Пороговый	...обучающий на базовом уровне владеет навыками анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне владеет навыками анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Повышенны й	...обучающий на высоком уровне владеет навыками анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	
ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	
ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне знает, как внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Повышенны й обучающий на высоком уровне знает, как внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уметь:	
Уровень Пороговый обучающий на базовом уровне умеет внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне умеет внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Повышенны й обучающий на высоком уровне умеет внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне должен владеть навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне должен владеть навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне должен владеть навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне знает, как оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне знает, как оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне знает, как оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность ПК-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного / рекламного / PR-агентства	

ПК-1.2. Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	
ПК-1.3. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения / предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы	
ПК-1.4. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	
ПК-2.1. Формулирует концепцию научного исследования	
ПК-2.2. Разрабатывает бизнес-планы проектов	
ПК-2.3. Осуществляет руководство проектной деятельностью	

Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
Уровень Повышенный обучающий на высоком уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	
ПК-3.1. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации	
ПК-3.2. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования, на основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения,

	интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Уровень Повышенны й	...обучающий на высоком уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Повышенны й	... обучающий на высоком уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки ПК-4.1. Использовать современные методики для оценки качества проектов ПК-4.2. Использовать современные критерии оценки эффективности реализации проектов. ПК-4.3. Использовать современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, ● современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Повышенны й	... обучающий на высоком уровне знает <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет использовать <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, ● современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет использовать <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов,

	<ul style="list-style-type: none"> • современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Повышенный	<p>... обучающий на высоком уровне умеет использовать</p> <ul style="list-style-type: none"> • современные методики для оценки качества проектов, • современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
<p>ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем</p> <p>ПК-6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-6.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач</p> <p>ПК-6.3. Формулирует целевой репутационный образ организации / компании / персоны</p> <p>ПК-6.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии</p>	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает способы разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает способы разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает способы разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне умеет разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне умеет разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации	
ПК-7.1. Использовать современные методики для оценки качества коммуникационного продукта (медiateкста)	
ПК-7.2. Использовать современные критерии оценки эффективности реализации коммуникационного продукта (медiateкста)	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа разработана в соответствии с Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ, Трудовым кодексом Российской Федерации, Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Минобрнауки России от 6 апреля 2021 г. № 245, федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528, с изменениями и дополнениями, утвержденными приказами Минобрнауки России от 26 ноября 2020 г. № 1456, 8 февраля 2021 г. № 82, Положением о практической подготовке обучающихся, утвержденным приказом Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05 августа 2020 г. №885/390, Положением о практической подготовке обучающихся в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», утвержденным приказом ректора НГЛУ от 11 мая 2022 г. № 177 ОС/Д, и определяет виды, порядок организации и материально-техническое обеспечение проведения практик обучающихся, осваивающих основную профессиональную образовательную программу высшего образования.

Образовательная деятельность в форме **практической подготовки** может быть организована при реализации дисциплин (модулей), практики, иных компонентов образовательных программ, предусмотренных учебным планом, следующим образом:

- при реализации дисциплин (модулей), иных компонентов образовательных программ (за исключением практики), практическая подготовка организуется путем проведения практических занятий, практикумов и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие студентов в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

- при проведении практики практическая подготовка организуется путем непосредственного выполнения студентами определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Реализация компонентов образовательной программы в форме практической подготовки может осуществляться непрерывно либо путем чередования с реализацией иных компонентов образовательной программы в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации студентам, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практика обучающихся в НГЛУ является составной частью ОПОП подготовки магистров и представляет собой вид учебной работы, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку.

Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения, приобретение универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, необходимых в работе по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью. Цели, задачи, а также требования к организации и проведению практики определены учебным планом, составленным в соответствии с действующим ФГОС ВО.

Производственная практика (профессионально-творческая практика) в НГЛУ является составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования подготовки магистров и представляет собой вид учебной

работы, непосредственно ориентированной на формирование навыков научного исследования и профессионально-практическую подготовку.

Сроки проведения практики установлены в соответствии с учебным планом, календарным учебным графиком и с учетом требований ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) магистр).

Проведение практики осуществляется на основе договоров между Университетом и соответствующими организациями, которые определяются выпускающей кафедрой или могут проводиться на выпускающей кафедре.

II. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ)

Способы организации практики: стационарные.

Стационарные практики проводятся в структурных подразделениях НГЛУ или на предприятиях (в учреждениях, организациях), расположенных в Нижнем Новгороде. Возможна практика на предприятиях в других городах Российской Федерации.

Формы проведения практики

Производственная (профессионально-творческая) практика проводится в форме внеаудиторной работы в профильных подразделениях государственных, коммерческих или общественных организаций.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью коммерческих предприятий, консалтинговых центрах, коммуникационных группах, PR и рекламных агентствах. Практика осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану

Содержание и порядок прохождения производственной практики (профессионально-творческой практики)

Цель практики - формирование и закрепление у магистрантов знаний, умений и навыков профессиональной деятельности по соответствующему направлению подготовки для освоения компетенций, в таких областях профессиональной деятельности, как образование и наука, связь, информационные и коммуникационные технологии, реклама и связи с общественностью.

Производственная (профессионально-творческая) практика по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью министерств и ведомств, местных администраций, в аппаратах политических партий и неправительственных объединений, фондах, консалтинговых центрах и рекламных агентствах.

Производственная (профессионально-творческая) практика по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью министерств и ведомств, местных администраций, в аппаратах политических партий и неправительственных объединений, фондах, консалтинговых центрах и рекламных агентствах.

Производственная (профессионально-творческая) практика проходит в 2 этапа во 2 и 3 семестрах.

Таблица - План работы

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу магистров	Часы (2,3 семестры)
1	Установочное занятие. Консультация руководителя практики от вуза	Понимание цели и задач практики; ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; изучение Положения о практике.	1,8
2	Инструктаж по технике безопасности в организации	Усвоения правил и норм безопасного прохождения практики.	8
3	Планирование работы	Составление плана работы на практике с научным руководителем и в случае прохождения практики за пределами вуза – с руководителем практики от предприятия.	12
4	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).	60
5	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	Понимание своего места и роли в организации; Описание собственных функциональных обязанностей стажера; определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.	24
6	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного магистром во время практики	Подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.	20
7	Составление дневника практики	разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.	20
8	Изучение специфики работы предприятия и его отделов	Анализ специфики работы отделов.	40
9	Изучения организации	Изучение практической стороны	40

	маркетинговых, рекламных и PR-кампаний на предприятии.	функционирования работы предприятия при организации проектов. Выполнение дополнительных задач.	
10	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных магистром в процессе практики в конкретной организации Выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; общая характеристика бизнес-планов, имеющихся у организации; анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.	60
11	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	Выявление и представление преподавателю элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.	50
12	Анализ компетенций приобретенных во время практики	анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.	35,6
13.	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня	выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.	20

	(курсовых, дипломных)		
14.	Подведение итогов.	Составление отчета по практике	40
15.	Защита отчета по практике	Представление отчета научному руководителю. Обсуждение его сильных и слабых сторон.	0,6
итого			432

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу магистров
1	Установочное занятие. Консультация руководителя практики от вуза	собеседование с магистром о цели и задачах практики; заполнение отчетно-правовой документации, сопровождающей прохождение практики (см. Приложения 1-3); срез-контроль на знание основных пунктов Положения о практике.
2	Инструктаж по технике безопасности	Контроль усвоения магистрами правил и норм безопасного прохождения практики.
3	Планирование работы	Составление плана работы и его согласование с научным руководителем и в случае прохождения практики за пределами вуза – с руководителем практики от предприятия.
4	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	Отчет-эссе, свидетельствующий о степени ознакомления стажера с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; Составление магистрам перечня особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
5	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	Самостоятельное описание магистром собственных функциональных обязанностей стажера; Собеседование о практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного магистром во время практики	Перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.
6	Составление дневника практики	Дневник практики..
7	Изучение правил по составлению	Анализ последнего стандарта по оформлению библиографии для научных работ.

	библиографии для научного исследования и	
8	Изучение специфики работы предприятия и его отделов	Выполнение задач руководителя практики от предприятия.
9	Изучения организации маркетинговых, рекламных и PR-кампаний на предприятии. .	Аналитическая записка с оценкой маркетинговых, рекламных и PR-кампаний на предприятии.
10	Выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
11	Анализ компетенций приобретенных во время практики	Анализ магистром видов деятельности, обеспечивающих приобретение общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
12	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	Выявление и представление преподавателю элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.
13	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых, дипломных)	Выявление и представление преподавателю элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.
14.	Подведение итогов.	Отчет по практике.
15.	Защита отчета по практике	Защита отчета в устной форме. Возможно, с презентацией в Power Point.

V. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

1. Руководство практиками. Обязанности лиц, отвечающих за прохождение практики

Заведующий кафедрой выполняет следующие функции:

- закрепляет нагрузку по руководству практикой магистров за преподавателями кафедры;
- обеспечивает выполнение графика проведения практик;
- участвует в проведении организационных собраний магистров;

- контролирует проведение практик;
- организует изучение и подбор баз практик;
- при содействии администрации университета налаживает контакты с руководством учреждений, организаций и предприятий для получения разрешения на прохождение практик магистрами.
- осуществляет контроль за распределением магистров по базам практик;
- заслушивает отчет руководителя практик от университета о проделанной работе;
- участвует в обсуждении отчета о практиках на заседании кафедры и вносит свои предложения по разработке мероприятий по улучшению руководства практиками;
- обеспечивает руководителя практиками от университета учебно-методической документацией.

Руководитель практики от университета обязан:

До начала практики:

- ознакомиться с базой прохождения практики с целью определения возможностей выполнения магистрами поставленных перед ним задач (не позднее, чем за неделю до проведения организационного собрания);
- подготовить проект приказа о распределении магистров по базам практик (за 2 недели до начала каждого вида практики);
- провести организационное собрание по вопросам прохождения практик, на котором обсудить со магистрами задание на предстоящую практику, выдать направления и другую необходимую документацию (не позднее, чем за 1 неделю до начала практики);
- установить связь с руководителями практики от базовой организации и совместно с ними составить рабочую программу проведения практики;
- обеспечить проведение всех организационных мероприятий, касающихся приема магистров на базе практики: согласование с руководителями практики от базовой организации места и режима работы практикантов, их прав и обязанностей, возможностей доступа к необходимой документации, возможностей временной работы на вакантных штатных должностях; решение проблем оформления пропусков для магистров на время практики;
- познакомить магистров со специалистами принимающей стороны непосредственно на местах прохождения практик и т. д.;

В ходе практики:

- обеспечивать прохождение практик в строгом соответствии с учебным планом и программой, посещать объекты практики в установленные кафедрой дни;
- осуществлять контроль над обеспечением необходимых условий труда магистров в ходе практики;
- осуществлять контроль над соблюдением сроков практики и ее содержанием;
- консультировать магистров в ходе практики по вопросам выполнения индивидуального задания, составления отчета о практике, оказывать методическую помощь магистрам в сборе материалов к дипломной работе;
- совместно с руководителями практики базовой организации нести ответственность за соблюдение магистрами правил техники безопасности.

После окончания практики:

- обеспечить сбор отчетов о практиках и дневников практикантов;
- проверить отчеты магистров о прохождении практики, выставить оценки за прохождение практик в ведомости и зачетные книжки магистров;
- сдать отчеты и дневники прохождения практики магистров на кафедру;
- обеспечить и организовать сохранность отчетной документации по практикам согласно нормативным документам;
- провести собрание (конференцию) с магистрами об итогах прохождения каждого

вида практик;

- представить заведующему кафедрой информацию об итогах проведения практики, включая замечания по ее организации и предложения по совершенствованию практической подготовки магистров.

Администрация базы практик (принимающей стороны):

- обязана организовать и контролировать прохождение практики магистрами в соответствии с групповым или индивидуальным заданием;

- обязана обеспечить условия, необходимые для успешного прохождения практик магистрами, организовать и провести ее в соответствии с Положением и заданиями закрепленных за ними магистров. В этих целях они назначают из числа своих сотрудников руководителя практики от базовой организации (как правило, руководителя организации, его заместителя или одного из ведущих специалистов), обеспечивающих непосредственное руководство ее проведением и работающих в тесном контакте с руководителями практики;

- при наличии вакантных должностей магистры могут зачисляться на них, если работа соответствует требованиям программы практики.

Руководитель практики магистров от принимающей стороны обязан:

- ознакомить магистров с особенностями деятельности данного учреждения (организации), с условиями труда и материально-техническим оснащением базы практик с организацией работы на конкретном рабочем месте;

- определить (совместно с руководителем практики от университета) цели, задачи и объём работы практики для каждого магистра;

- контролировать соблюдение практикантами производственной дисциплины и сообщать в университет обо всех случаях нарушения ими правил внутреннего трудового распорядка;

- участвовать в оценке качества работы путём внесения пометок в дневники магистров о прохождении практики;

- дать отзыв о выполнении программы практики закрепленных за ними магистров, включающий замечания и предложения по ее организации (в последний день практики);

- с момента зачисления магистров в период практики на рабочие места ознакомить их в установленном порядке с правилами охраны труда и правилами внутреннего распорядка, действующими на предприятии. При этом продолжительность рабочего дня магистров при прохождении практики в организациях должна составлять для магистров в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю.

2. Отчетная документация магистров.

Отчет по практике должен состоять из следующих структурных элементов:

- титульный лист;
- оглавление;
 - введение;
 - основная часть, состоящая из двух глав;
 - заключение;
 - список литературы;
 - приложения.

Текст отчета и иллюстративно-графический материал (таблицы, графики, схемы, рисунки) оформляются согласно методическим рекомендациям:

Обязательные структурные части, разделы отчета (их названия)	Форма изложения материала
Титульный лист документа	Содержит обязательные реквизиты. (см. Приложение 4)
Оглавление	Перечень (список) наименований всех разделов, глав,

	параграфов, с указанием страниц, на которых они расположены. (см. Приложение 5)
Введение	Описать цели и задачи практики согласно методическим рекомендациям
Отчетная документация по практике	1. Договор между Университетом и организацией – базой практики. 2. Направление стажера в организацию – базу практики.
Заключение	Оформить текстом: Итог проделанной работы по объему и выполненным целям практики
Список литературы	Оформить текстом - списком: (15-20 источников) Перечисляются с порядковой нумерацией письменные источники, которыми пользовался магистр во время прохождения практики (нормативно-правовые акты, учебники, учебные пособия, методика, интернет-источники и др.)

При направлении лиц с ограниченными возможностями здоровья в организацию или предприятие для прохождения предусмотренной учебным планом практики, Университет согласовывает с организацией (предприятием) условия и виды труда. При необходимости, для прохождения практик могут создаваться специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых студентом-инвалидом трудовых функций.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура (всё – в стандартной комплектации для лабораторных занятий и самостоятельной работы); доступ к Интернету.

VII. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Нормативно-технические документы

При прохождении практики в организациях магистр должен усвоить основные нормативно-технические документы:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) «магистр»), утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528.

2. Программа практики магистров по направлению подготовки магистров 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

При прохождении практики магистр должен усвоить компьютерные технологии, обеспечивающие реализацию процессов социальных коммуникаций, основные методы научных исследований, проведения эксперимента, оценки полученных результатов, оформления отчетов по НИР и ОКР. При этом широко используется арсенал выставочных стендов, специализированной контрольно-измерительной техники,

вычислительной и компьютерной техники со специализированным программным обеспечением.

Для прохождения практики и подготовки отчета о ней магистру может потребоваться следующее программное обеспечение (платные, условно-бесплатные или демо-версии): ABBYY Finereader, ABBYY Lingvo, Adobe Acrobat Reader, Adobe Photoshop, AllFusion Process Modeler (BPWin), Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Project, Microsoft Publisher, Microsoft Visio, Microsoft Word, Opera, Microsoft Internet Explorer, Promt, SwiffChart Pro, Консультант+/ Гарант/ Кодекс.

Перечень учебной литературы и интернет-ресурсов, необходимых для проведения практик

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
6.1. Рекомендуемая литература			
6.1.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Архангельская И.Б., Мезина Л.Г., Архангельская А.С.	Интегрированные маркетинговые коммуникации.	М.: РИОР, ИНФРА-М, 2020.
Л1.2	Архангельская И.Б., Ротанова М.Б.	Методические указания по написанию выпускной квалификационной работы (бакалавриат, магистратура): электронная версия.	Н. Новгород: НГЛУ, 2020.
Л1.3	Емельянов, С. М.	Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов.	М.: Юрайт, 2020.
Л1.4	Кириллова Н.Б.	Медиалогия. 2-е изд., стер	М.; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 420 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494602
Л1.5	Кирия И.Б., Новикова А.А.	История и теория медиа: учебник для вузов.	М : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753
Л1.6	Мальшева Е.Г., Рогалева О.С.	Методология и методы медиаисследований: учебное пособие	Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2019. – 132 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563025
Л1.7	Синяева И.М.	Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров. Реклама и связи с общественностью: учебник	М.: Издательство Юрайт, 2020
Л1.8	Чумиков А.Н.	Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студ. вузов.	М.: Аспект Пресс, 2019.
6.1.2. Дополнительная литература			

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л12.1	Ачкасова В. А.	Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов/ под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп.	Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453280 (д
Л12.2		Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой	. М. : Юнити, 2015.
Л12.3	Дрокина, К.В.	Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие	Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Таганрог : Южный федеральный университет, 2016. – Ч. 2. – 76 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030
Л12.4		Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой. –	Москва : Юнити, 2015. – 504 с. – (Magister). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438
Л12.5	Карпова С.В.	Финансовый маркетинг: теория и практика. Учебное пособие для магистров.	М.: Юрайт. Серия : Магистр. 2014.
Л12.6	Кириллова, Н.Б.	Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие :	Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 185 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869
Л12.7		Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов/ под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр.	М.: Издательство Юрайт, 2020.
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			

Э1	АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] URL: http://www.akarussia.ru/
Э2	Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью URL: http://pracademy.ru/files/upload/07/8a/Российский%20кодекс%20профессиональных%20и%20этических%20принципов%20в%20PR_PACO.pdf
Э3	Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // URL: www.advertology.ru .
Э4	Сервис для создания и редактирования видео. URL: www.movavi.ru/videoeditor
Э5	Сервис для создания и редактирования видео. URL: www.supra.ru
Э6	Федеральный Закон РФ «О Рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ [электронный ресурс] / URL: http://www.consultant.ru/popular/advert/
Э7	Федеральный Закон РФ «О Средствах массовой информации» (Закон о СМИ) от 27.12. 1991 № 2124-1 / [электронный ресурс] / URL http://www.consultant.ru/popular/smi/

ДОГОВОР № _____

о сотрудничестве в области организации и проведения практики обучающихся
г. Нижний Новгород « ____ » _____
202 ____ г.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», именуемое в дальнейшем «Университет, НГЛУ», в лице проректора по образовательной и профориентационной деятельности Ивановой Риммы Анваровны, действующей на основании Доверенности № 14 от 24.06.2021 г., с одной стороны, и

(организационно-правовая форма организации, ее наименование)
именуемая в дальнейшем «Организация», в лице _____
(ФИО, должность)
_____, действующего
на основании _____, с другой стороны,

(Устава, доверенности, положения)

руководствуясь законодательством Российской Федерации и «Положением о практической подготовке обучающихся», утвержденного приказом Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России № 390 от 05.08.2020 г. заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. Предмет договора

1.1. Стороны принимают на себя обязательства по организации практики обучающихся на условиях, предусмотренных настоящим договором.

2. Обязанности сторон

2.1. Обязанности Организации:

2.1.1. Предоставить студенту _____ курса _____,
(ФИО студента)

обучающемуся по специальности/направлению
подготовки _____ в НГЛУ место, для прохождения
практики _____

(вид практики)

на период с _____ 202 ____ г. по _____ 202 ____ г.

2.1.2. Обеспечить обучающемуся безопасную организацию работы.

2.1.3. Создать необходимые условия для выполнения обучающимся программы практики.

Не привлекать практиканта к работам, не имеющим отношения к специальности.

2.1.4. Предоставить обучающемуся необходимые материалы и документацию для успешного выполнения им программы практики.

2.1.5. Назначить квалифицированных специалистов для руководства практикой.

2.1.6. Вести учет явки обучающегося в соответствии с установленным в «Организации» порядком. Обо всех случаях нарушения обучающимся трудовой дисциплины и Правил внутреннего распорядка «Организации» сообщать в Университет.

2.1.7. По окончании практики дать отзыв (характеристику) о работе обучающегося.

2.2. Обязанности Университета:

2.2.1. Направить в Организацию обучающегося в соответствии с утвержденным учебным планом.

2.2.2. До начала практики предоставить Организации список обучающихся, направляемых на практику.

2.2.3. Назначить квалифицированных преподавателей для руководства практикой обучающихся.

2.2.4. Осуществлять текущий контроль за прохождением практики обучающихся.

2.2.5. Оказывать работникам Организации – руководителям практики обучающихся – методическую помощь в организации и проведении практики.

3. Прочие условия

3.1. Договор вступает в силу с момента подписания его сторонами и действует до « ___ » _____ 202__ г.

3.2. Договор заключается сторонами на срок прохождения практики обучающимся.

3.3. Настоящий договор может быть расторгнут по инициативе любой из сторон в случае возникновения обстоятельств, которые существенно изменяют условия, при которых заключен настоящий договор при условии предварительного письменного уведомления другой стороны не менее, чем за 15 дней.

3.4. Споры, возникающие по настоящему договору, разрешаются по согласованию сторон. В случае не достижения согласия между сторонами споры разрешаются в порядке, установленном действующим законодательством.

3.5. Настоящий договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, один из которых хранится в Университете, другой – в Организации.

4. Дополнительные условия

4.1. Все изменения и дополнения к настоящему договору вносятся путем подписания дополнительных соглашений уполномоченными представителями сторон.

4.2. В случае возникновения споров по вопросам, предусмотренным настоящим договором или в связи с ним, стороны обязуются принять меры к решению их путем переговоров. В случае не достижения согласия между сторонами споры разрешаются в порядке, установленном действующим законодательством.

4.3. Настоящий договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу.

4.4. В случае возникновения правоотношений, включающих в себя финансовые условия, стороны оформляют их в виде отдельных договоров.

5. Антикоррупционная оговорка

5.1. Университет обязуется в рамках исполнения настоящего договора соблюдать требования применимого антикоррупционного законодательства и не предпринимать никаких действий, которые могут нарушить нормы антикоррупционного законодательства или стать причиной такого нарушения Организацией, в том числе не требовать, не получать, не предлагать, не санкционировать, не обещать и не совершать незаконные платежи напрямую, через третьих лиц или в качестве посредника, включая (но не ограничиваясь) взятки в денежной или любой иной форме, каким-либо физическим или юридическим лицам, включая (но не ограничиваясь) коммерческим организациям, органам власти и самоуправления, государственным служащим, частным компаниям и их представителям.

5.2. В случае нарушения Университетом изложенных выше антикоррупционных обязательств, Организация вправе в одностороннем порядке приостановить исполнение своих обязательств по настоящему договору до устранения причин такого нарушения или отказаться от исполнения договора, направив об этом письменное уведомление.

6. Юридические адреса и банковские реквизиты сторон:

Университет:

Организация:

НГЛУ

Адрес: 603155, Нижний Новгород, ул. Минина, д.31 а. Телефон: 436-15-75

Банковские реквизиты: УФК по Нижегородской области (НГЛУ), л/с 20326У08370
р/с 03214643000000013200

Адрес: _____

Телефон: _____

Волго-Вятское ГУ БАНКА РОССИИ//УФК по
Нижегородской области г.Нижний Новгород
БИК 012202102

Проректор по образовательной и
профориентационной деятельности
_____ / Р.А. Иванова

(подпись)

МП

Факс: _____

Банковские реквизиты: _____

Руководитель практики:

_____ / _____

(подпись)

(ФИО)

МП

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Н.А. Добролюбова»**

603155, г. Нижний Новгород, ГСП
Н-155, ул. Минина, д. 31а

Телефон (831) 436-15-75
Факс (831) 436-20-49
Эл. почта: admdep@lunn.ru

НАПРАВЛЕНИЕ

на _____ (вид практики) _____ практику

студент(ка) _____ (ФИО) _____

Высшая школа/институт _____

Специальность / направление подготовки _____
выпускающая кафедра _____

Курс _____ Группа _____

Срок прохождения практики с “ ___ ” _____ 202__ г. по “ ___ ” _____ 202__ г.

Место проведения практики _____
(организационно-правовая форма организации, наименование, адрес, телефон)

Вед. специалист
по организации практик _____ (ФИО) _____
(подпись)

Зав. кафедрой _____ (ФИО) _____ (подпись)

Декан факультета _____ (ФИО) _____ (подпись)

МП

Дата выдачи “ ___ ” _____ 202__ г.

ОТМЕТКА О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Студент(ка) _____ (ФИО) _____

Курс _____ Группа _____

Приступила к практике

Завершила практику

“ ___ ” _____ 202__ г.

“ ___ ” _____ 202__ г.

Руководитель организации _____ (ФИО) _____

(подпись)

” ___ “ _____ 202__ г.

МП

КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СТУДЕНТА ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

(степень выполнения задания практики, уровень теоретической подготовки, умение решать поставленные задачи, дисциплина, замечания руководителя).

Оценка руководителя практики от организации

Руководитель практики от организации

(ФИО, должность)

(подпись)

“ ___ ” _____ 202__ г.

Руководитель организации _____

(ФИО)

(подпись)

МП

“ ___ ” _____ 202__ г.

ОТМЕТКА О КОНТРОЛЕ ЗА ХОДОМ ПРАКТИКИ

Дата проверки _____

Проверяющий

Содержание замечаний и указаний студенту(ке) _____

ОЦЕНКА КАФЕДРОЙ ИТОГОВ ПРАКТИКИ

Общая оценка за практику

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования «Нижегородский государственный
лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова»**

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ СТУДЕНТА

Студент

_____ (Фамилия, имя, отчество)

Высшая школа/институт _____

Направление подготовки (профиль)/специальность _____

_____ курс _____, группа ____

направляется на _____

В _____

(вид практики)

(организация)

Цель практики:

Задачи практики:

Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики:

I. Календарные сроки практики

По учебному плану с _____ по _____

Дата прибытия на практику _____ 202 г.

Дата выезда с места практики _____ 202 г.

II. Руководитель практики от НГЛУ

Кафедра _____

Должность _____

ФИО _____

планируемое индивидуальное задание

Планируемые виды работ	
1.	<p>Ознакомиться с уставными и нормативными документами, регламентирующими производственно-хозяйственную и управленческую деятельность организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - с отраслевыми особенностями функционирования организации; - с экономическими показателями деятельности организации; - с организационной и производственной структурой организации; - с технологией производства товаров, работ или услуг; - с инвестиционными проектами на предприятии, с их бизнес-планом; - с пакетом должностных инструкций руководителей и сотрудников организации; - с системой документооборота; - с принципами и порядком планирования деятельности организации; - с организацией управленческой деятельности
2.	Изучить современные информационные технологии применяемые в организации
3.	Приобрести первоначальные навыки работы в определенной должности
4.	Выполнить дополнительные задания, поставленные руководителем практики от организации
5.	Сформулировать основные проблемы возникающие у организации
6.	Разработать рекомендации по решению выявленных проблем
7.	Собрать материал для написания отчета

III. Руководитель практики от организации

Должность _____

ФИО _____

выполнение индивидуального задания

Виды работ	
.	
.	
.	
.	
.	

.	
.	
.	
.	

Руководитель практики
от организации _____ (ФИО)
(ПОДПИСЬ)

Руководитель практики
от кафедры _____ (ФИО)
(ПОДПИСЬ)

Оформление титульного листа дневника практики
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
Высшего профессионального образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет
им. Н.А. Добролюбова»

О Т Ч Е Т
о прохождении (название вида практики)
практики

Магистра _____
(Ф.И.О. полностью)

Высшей школы/института _____ курса _____
группы _____ форма обучения: _____
(очная, заочная)

дом, адрес и телефон _____

Место проведения практики
_____ города _____
(базовое учреждение)

Сроки проведения практики
с «__» _____ по «__» _____ 20__ г.

Руководитель базового учреждения (центра)

(указать должность, Ф.И.О. полностью)

Специалист базового учреждения _____
(указать должность, Ф.И.О. полностью)

Адрес и телефон базового учреждения _____

Руководитель практики:
Руководитель от университета _____
Зав. кафедрой _____

Нижегород
2023

*Образец Оглавления отчета по практике***ОГЛАВЛЕНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ (*указываются причины выбора определенной организации в качестве базы практики, формулируются цель и задачи практики ее продолжительность*)

1. Общая характеристика организации - базы прохождения практики
2. Должностные обязанности практиканта
3. Индивидуальное задание стажера
4. Индивидуальный план (дневник) практики
5. Общекультурные и профессиональные компетенции, приобретенные в процессе практики
6. Анализ основных проблем, сопровождавших прохождение практики
7. Рекомендации по совершенствованию форм и методов деятельности организации – базы практики
8. Элементы практики как эмпирическая основа научных работ разного уровня (курсовых, дипломных).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ (*приводятся общие выводы по всем составляющим практики*)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Нижегородский государственный лингвистический
университет имени Н.А. Добролюбова»



Производственная практика (преддипломная практика)

(наименование дисциплины)

рабочая программа практики

Закреплена за кафедрой философии, общественных коммуникаций и туризма

Учебный план
Направление подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки (специализация) «Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса»

Квалификация **магистр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Часов по учебному плану 108

в том числе:

контактная работа 4

самостоятельная работа 104

Распределение часов практики по семестрам

Семестр (<i>Курс для заочной формы обучения</i>)	4 семестр		Итого	
	2			
Неделя (<i>для очной формы обучения</i>)	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки
Вид занятий	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки
Контактная работа	4	4	4	4
Самостоятельная работа	104	104	104	104
Итого	108	108	108	108

Составитель: степень, уч. звание, Ф.И.О. д.филол.н., доцент Архангельская И.Б.

Рецензент(ы): к.филол.н., доцент Ротанова М.Б.

Рабочая программа практики
«Производственная практика (преддипломная практика)»
разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) магистр), утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528.

составлена на основании учебного плана:
Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса»,
утвержденного Учёным советом НГЛУ от 25.05.2023 г., протокол №14.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры философии, общественных коммуникаций и туризма

Протокол от 28.08.2023 г

Срок действия программы 2023 – 2024 уч.г.

и.о. зав. каф. _____ кан. филос. наук, доцент Ротанова М.Б.
(уч. степень, уч. звание, ФИО)



1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ	
Цель: Совершенствование навыков научно-исследовательской работы, оформление ее результатов; завершение выполнения выпускной квалификационной работы (ВКР).	
Задачи освоения практики: Сформировать представление о научном исследовании в сфере рекламы, связей с общественностью интегрированных коммуникаций.	
Изучить подходы к поиску источников для научного исследования	
Овладеть техникой мониторинга информационного поля конкретной организации	
Ознакомиться с правилами оформления библиографии	
Собрать материал, который необходим для написания выпускной квалификационной работы.	
Сформировать список литературы по изучаемой проблематике	
Рассмотреть возможности использования общенаучных и прикладных методов исследования по своей теме.	

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП:	Б2.О.03(Пд)
Производственная практика проводится в 4 семестре (3 з.е.) и входит в обязательную часть Блока 2 «Практика».	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Все дисциплины магистратуры
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Подготовка к написанию ВКР
2.2.2	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	
УК-1.1. Выявляет проблемную ситуацию в процессе анализа проблемы, определяет этапы ее разрешения с учетом вариативных контекстов.	
УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации.	
УК-1.3. Рассматривает различные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивает их преимущества и риски.	
УК-1.4. Грамотно, логично, аргументированно формулирует собственные суждения и оценки. Предлагает стратегию действий.	
УК-1.5. Определяет и оценивает практические последствия реализации действий по разрешению проблемной ситуации.	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий слабо знает, как осуществить критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень Высокий	обучающийся с незначительными затруднениями знает, как осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень Повышенный	обучающийся с требуемой степенью полноты и точности умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий слабо умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Уровень Высокий	... обучающийся с незначительными затруднениями умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

Уровень Повышенн ый	обучающийся с требуемой степенью полноты и точности умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающийся на базовом уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
Уровень Высокий	обучающийся на хорошем уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
Уровень Повышенн ый	обучающийся на высоком уровне владеет навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и разработки стратегии действий
<p>УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p> <p>УК-2.1. Выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта.</p> <p>УК-2.2. Определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта. Определяет исполнителей проекта. УК-2.3. Проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.</p> <p>УК-2.4. Качественно решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время. Оценивает риски и результаты проекта.</p> <p>УК-2.5. Публично представляет результаты проекта, вступает в обсуждение хода и результатов проекта.</p>	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающийся на базовом уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающийся на хорошем уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышенн ый	обучающийся на высоком уровне знает технологии и алгоритм управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающийся на базовом уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающийся на хорошем уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышенн ый	обучающийся на высоком уровне умеет управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающийся на базовом уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Высокий	обучающийся на хорошем уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
Уровень Повышенн ый	обучающийся на высоком уровне владеет навыками управления проектами на всех этапах его жизненного цикла
<p>УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет роль каждого участника в команде.</p> <p>УК-3.2. Учитывает в совместной деятельности особенности поведения и общения разных людей.</p> <p>УК-3.3. Способен устанавливать разные виды коммуникации (устную, письменную, вербальную, невербальную, реальную, виртуальную, межличностную и др.) для руководства командой и достижения поставленной цели.</p>	

УК-3.4. Демонстрирует понимание результатов (последствий) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения поставленной цели, контролирует их выполнение.	
УК-3.5. Эффективно взаимодействует с членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды. Соблюдает этические нормы взаимодействия.	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне знает способы руководства работой команды и выработки командной стратегии для достижения поставленной цели
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне знает способы руководства работой команды и выработки командной
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне знает способы руководства работой команды и выработки командной
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне умеет организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне умеет организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками организации и руководства работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне владеет навыками организации и руководства работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Уровень Повышенный	обучающий на высоком уровне владеет навыками организации и руководства работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	
УК-4.1. Выбирает на государственном и иностранном(ых) языке(ах) коммуникативно приемлемые стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.	
УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном(ых) языках.	
УК-4.3. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном(ых) языке(ах).	
УК-4.4. Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры в процессе профессионального взаимодействия на государственном и иностранном(ых) языке(ах).	
УК-4.5. Демонстрирует умение выполнять перевод академических и профессиональных текстов с иностранного(ых) на государственный язык.	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне знает, как применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне знает, как применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет современными коммуникативными технологиями, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет современными коммуникативными технологиями, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет современными коммуникативными технологиями, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	
УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных сообществ взаимодействия.	
УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных народов, основываясь на знании этапов исторического развития общества (включая основные события, деятельность основных исторических деятелей) и культурных традиций мира (включая мировые религии, философские и этические учения), в зависимости от среды взаимодействия и задач образования.	
УК-5.3. Умеет толерантно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает основы социокультурного и межкультурного взаимодействия
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает основы социокультурного и межкультурного взаимодействия
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает основы социокультурного и межкультурного взаимодействия
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне умеет анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
Уровень Повышенный обучающий на высоком уровне умеет анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
Владеть:	
Уровень Пороговый обучающий на базовом уровне владеет навыками анализа и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками анализа и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками анализа и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

ый	
<p>УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p> <p>УК-6.1. Применяет рефлексивные методы в процессе оценки разнообразных ресурсов (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.), используемых для решения задач самоорганизации и саморазвития.</p> <p>УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, выстраивает планы их достижения.</p> <p>УК-6.3. Формулирует цели собственной деятельности, определяет пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.</p> <p>УК-6.4. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов для совершенствования своей деятельности.</p> <p>УК-6.5. Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и умений с целью совершенствования своей деятельности.</p>	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
<p>ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p> <p>ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p>	
Знать:	
Уровень Пороговый обучающий на базовом уровне знает, как планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией

	медiateкстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медiateкстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне знает, как планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медiateкстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медiateкстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медiateкстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медiateкстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания востребованных обществом и индустрией медiateкстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания востребованных обществом и индустрией медiateкстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания востребованных обществом и индустрией медiateкстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.
ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медiateкстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	
ОПК-2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов	
ОПК-2.2. Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего

	освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне знает, как анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Уровень Повышенный	...обучающий на высоком уровне знает, как анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Уметь:	
Уровень Пороговый	...обучающий на базовом уровне умеет анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне умеет анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Уровень Повышенный	...обучающий на высоком уровне умеет анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Владеть:	
Уровень Пороговый	...обучающий на базовом уровне владеет навыками анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне владеет навыками анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Уровень Повышенный	...обучающий на высоком уровне владеет навыками анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса	
ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Повышенный	...обучающий на высоком уровне знает, как анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уметь:	
Уровень Пороговый	...обучающий на базовом уровне умеет анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или)

	медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне умеет анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками анализа многообразных достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками анализа многообразных достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне владеет навыками анализа многообразных достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	
ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	
ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке / реализации иных коммуникационных продуктов	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне знает, как анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне умеет анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Уровень	... обучающий на высоком уровне владеет навыками анализа потребностей

Повышенный	общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	
ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	
ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне должен уметь анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне должен уметь анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне должен владеть навыками анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне должен владеть навыками анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне должен владеть навыками анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	
ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	
ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне знает, как внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Повышенный обучающий на высоком уровне знает, как внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уметь:	
Уровень Пороговый обучающий на базовом уровне умеет внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне умеет внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Повышенный обучающий на высоком уровне умеет внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне должен владеть навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне должен владеть навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне должен владеть навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	
ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	
ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	
Знать:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности
Уровень Высокий	обучающий на хорошем уровне знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности

Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, а также умеет применять при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, а также умеет применять при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, а также умеет применять при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, при разработке и реализации коммуникационного продукта следует принципам социальной ответственности
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, при разработке и реализации коммуникационного продукта следует принципам социальной ответственности
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, при разработке и реализации коммуникационного продукта следует принципам социальной ответственности
<p>ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность</p> <p>ПК-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного / рекламного / PR-агентства</p> <p>ПК-1.2. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>ПК-1.3. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения / предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы</p> <p>ПК-1.4. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень	... обучающий на высоком уровне знает, как управлять процессами

Повышенн ый	стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уметь:	
Уровень Пороговый	...обучающий на базовом уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Уровень Повышенн ый	...обучающий на высоком уровне умеет управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
Владеть:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень Высокий	...обучающий на хорошем уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
Уровень Повышенн ый	...обучающий на высоком уровне владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культур, а также навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	
ПК-2.1. Формулирует концепцию научного исследования	
ПК-2.2.Разрабатывает бизнес-планы проектов	
ПК-2.3. Осуществляет руководство проектной деятельностью	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне знает, как разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
Уровень Повышенн	... обучающий на высоком уровне умеет формулировать концепцию научного исследования, разрабатывать бизнес-планы проектов, осуществлять руководство

ый	проектной деятельностью
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
Уровень Высокий обучающий на хорошем уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
Уровень Повышенный обучающий на высоком уровне владеет навыками разработки стратегических концепций и бизнес-планов проектов, а также руководства проектной деятельностью
ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий ПК-3.1. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля методы работы с открытыми данными и большими объемами информации ПК-3.2. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования, на основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает, как определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет применить методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также получения, интерпретации и представления результатов исследования и на основе исследования составления практических рекомендаций и прогнозов тенденций коммуникационной сферы
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками определения стратегических целей и руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки	

ПК-4.1. Использовать современные методики для оценки качества проектов	
ПК-4.2. Использовать современные критерии оценки эффективности реализации проектов.	
ПК-4.3. Использовать современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, ● современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне знает <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет использовать <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, ● современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет использовать <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне умеет использовать <ul style="list-style-type: none"> ● современные методики для оценки качества проектов, ● современные критерии оценки эффективности реализации проектов, современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
Уровень Повышенный	... обучающий на высоком уровне владеет навыками оценки качества эффективности проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
ПК-5. Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций	
ПК-5.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.	
ПК-5.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает, как руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и

	связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает, как руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне знает, как руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне умеет руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне владеет навыками руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций
ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем	
ПК-6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	
ПК-6.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач	
ПК-6.3. Формулирует целевой репутационный образ организации / компании / персоны	
ПК-6.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне знает способы разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне знает способы разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне знает способы разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем
Уметь:	
Уровень Пороговый	обучающий на базовом уровне умеет разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем
Уровень	... обучающий на высоком уровне умеет разрабатывать авторские

Повышенн ый	коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне владеет навыками разработки авторских коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем.
ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации	
ПК-7.1. Использовать современные методики для оценки качества коммуникационного продукта (медiateкста)	
ПК-7.2. Использовать современные критерии оценки эффективности реализации коммуникационного продукта (медiateкста)	
Знать:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне должен знать способы оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уметь:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне умеет оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Владеть:	
Уровень Пороговый	... обучающий на базовом уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Высокий	... обучающий на хорошем уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации
Уровень Повышенн ый	... обучающий на высоком уровне владеет навыками оценки качества и эффективности коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа разработана в соответствии с Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ, Трудовым кодексом Российской Федерации, Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Минобрнауки России от 6 апреля 2021 г. № 245, федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528, с изменениями и дополнениями, утвержденными приказами Минобрнауки России от 26 ноября 2020 г. № 1456, 8 февраля 2021 г. № 82, Положением о практической подготовке обучающихся, утвержденным приказом Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05 августа 2020 г. №885/390, Положением о практической подготовке обучающихся в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», утвержденным приказом ректора НГЛУ от 11 мая 2022 г. № 177 ОС/Д, и определяет виды, порядок организации и материально-техническое обеспечение проведения практик обучающихся, осваивающих основную профессиональную образовательную программу высшего образования.

Образовательная деятельность в форме **практической подготовки** может быть организована при реализации дисциплин (модулей), практики, иных компонентов образовательных программ, предусмотренных учебным планом, следующим образом:

- при реализации дисциплин (модулей), иных компонентов образовательных программ (за исключением практики), практическая подготовка организуется путем проведения практических занятий, практикумов и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие студентов в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

- при проведении практики практическая подготовка организуется путем непосредственного выполнения студентами определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Реализация компонентов образовательной программы в форме практической подготовки может осуществляться непрерывно либо путем чередования с реализацией иных компонентов образовательной программы в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации студентам, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практика обучающихся в НГЛУ является составной частью ОПОП подготовки магистров и представляет собой вид учебной работы, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку.

Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения, приобретение универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, необходимых в работе по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью. Цели, задачи, а также требования к организации и проведению практики определены учебным планом, составленным в соответствии с действующим ФГОС ВО.

Производственная практика (преддипломная практика) обучающихся в НГЛУ является составной частью основной образовательной программы высшего

профессионального образования подготовки магистров и представляет собой вид учебной работы, непосредственно ориентированной на навыки научного исследования.

Сроки проведения практики установлены в соответствии с учебным планом, календарным учебным графиком и с учетом требований ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) магистр).

Проведение практики осуществляется на основе договоров между Университетом и соответствующими организациями, которые определяются выпускающей кафедрой или могут проводиться на выпускающей кафедре.

II. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ)

Способы организации практики: стационарные.

Стационарные практики проводятся в структурных подразделениях НГЛУ или на предприятиях (в учреждениях, организациях), расположенных в Нижнем Новгороде. Возможна практика на предприятиях в других городах Российской Федерации.

Формы проведения практики

Производственная практика (преддипломная практика) проводится в форме внеаудиторной работы в профильных подразделениях государственных, коммерческих или общественных организаций.

Практика проходит на выпускающей кафедрой под руководством научного руководителя. Практика осуществляется в виде непрерывного цикла во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану

Содержание и порядок прохождения производственной практики (преддипломной практики)

Производственная практика (преддипломная практика) по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью проводится в 4 семестре во время, свободное от теоретического обучения, согласно утвержденному учебному плану.

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью министерств и ведомств, местных администраций, в аппаратах политических партий и неправительственных объединений, фондах, консалтинговых центрах и рекламных агентствах. .

Рабочие места для прохождения производственной практики организуются в пресс-службах и отделах по связям с общественностью министерств и ведомств, местных администраций, в аппаратах политических партий и неправительственных объединений, фондах, консалтинговых центрах и рекламных агентствах.

Таблица - План работы

Содержание и порядок прохождения практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	Подготовительный этап	Изучение методических рекомендаций по написанию ВКР; - встреча с научным руководителем по ВКР.
2.	Основной этап	Составление библиографического списка литературы; - уточнение методологического аппарата исследования; - уточнение введения к работе, выводов по главам, заключения; - коррекция общего текста ВКР; - подготовка презентации по тексту ВКР.
3.	Заключительный этап	Подготовка речи для выступления на защите; - встреча с рецензентом по ВКР.

		- подготовка ответов на замечания по ВКР. - сдача текста ВКР в ГЭК.
--	--	--

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу магистров	Кол-во часов
1	Установочное занятие. Консультация руководителя практики от вуза	собеседование с магистром о цели и задачах практики; заполнение отчетно-правовой документаций, сопровождающей прохождение практики (см. Приложения 1-3)	3,7
2	Инструктаж по технике безопасности в организации	Контроль усвоения магистрами правил и норм безопасного прохождения практики.	2
3	Планирование работы	Составление плана работы и его согласование с научным руководителем.	5
4.	Завершение работы над библиографией по теме.	Библиография по исследуемой теме на русском и английском языке. Минимум 60 источников.	15
5.	уточнение методологического аппарата исследования;	Описание общенаучных и прикладных методов исследования	30
6.	Уточнение введения к работе, выводов по главам, заключения; - коррекция общего текста ВКР.	Написание введения ВКР, глав и заключения.	35
7.	Подготовка презентации по тексту ВКР.	Презентация (12 – 14 слайдов)	5
8.	Встреча с рецензентом по ВКР.	Получение рецензии и обсуждение замечаний.	2
9.	Подготовка ответов на замечания по ВКР.	Текст с ответами на замечания	5
10.	Сдача текста ВКР в ГЭК	Подготовка распечатанного и сброшюрованного текста ВКР.	5
11.	Защита отчета по практике	Защита отчета в устной форме. Возможно, с презентацией в Power Point.	0,3
	Итого		108

V. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

1. Руководство практиками. Обязанности лиц, отвечающих за прохождение практики

Заведующий кафедрой выполняет следующие функции:

- закрепляет нагрузку по руководству практикой магистров за преподавателями кафедры;
- обеспечивает выполнение графика проведения практик;
- участвует в проведении организационных собраний магистров;
- контролирует проведение практик;
- организует изучение и подбор баз практик;
- при содействии администрации университета налаживает контакты с руководством учреждений, организаций и предприятий для получения разрешения на прохождение практик магистрами.
- осуществляет контроль за распределением магистров по базам практик;
- заслушивает отчет руководителя практик от университета о проделанной работе;
- участвует в обсуждении отчета о практиках на заседании кафедры и вносит свои предложения по разработке мероприятий по улучшению руководства практиками;
- обеспечивает руководителя практиками от университета учебно-методической документацией.

Руководитель практики от университета обязан:

До начала практики:

- ознакомиться с базой прохождения практики с целью определения возможностей выполнения магистрами поставленных перед ним задач (не позднее, чем за неделю до проведения организационного собрания);
- подготовить проект приказа о распределении магистров по базам практик (за 2 недели до начала каждого вида практики);
- провести организационное собрание по вопросам прохождения практик, на котором обсудить со магистрами задание на предстоящую практику, выдать направления и другую необходимую документацию (не позднее, чем за 1 неделю до начала практики);
- установить связь с руководителями практики от базовой организации и совместно с ними составить рабочую программу проведения практики;
- обеспечить проведение всех организационных мероприятий, касающихся приема магистра на базе практики: согласование с руководителями практики от базовой организации места и режима работы практикантов, их прав и обязанностей, возможностей доступа к необходимой документации, возможностей временной работы на вакантных штатных должностях; решение проблем оформления пропусков для магистра на время практики;
- познакомить магистров со специалистами принимающей стороны непосредственно на местах прохождения практик и т. д.;

В ходе практики:

- обеспечивать прохождение практик в строгом соответствии с учебным планом и программой, посещать объекты практики в установленные кафедрой дни;
- осуществлять контроль над обеспечением необходимых условий труда магистров в ходе практики;
- осуществлять контроль над соблюдением сроков практики и ее содержанием;
- консультировать магистров в ходе практики по вопросам выполнения индивидуального задания, составления отчета о практике, оказывать методическую помощь магистрам в сборе материалов к дипломной работе;
- совместно с руководителями практики базовой организации нести ответственность за соблюдение магистрами правил техники безопасности.

После окончания практики:

- обеспечить сбор отчетов о практиках и дневников практикантов;
- проверить отчеты магистров о прохождении практики, выставить оценки за прохождение практик в ведомости и зачетные книжки магистров;
- сдать отчеты и дневники прохождения практики магистров на кафедру;
- обеспечить и организовать сохранность отчетной документации по практикам

согласно нормативным документам;

- провести собрание (конференцию) с магистрами об итогах прохождения каждого вида практик;

- представить заведующему кафедрой информацию об итогах проведения практики, включая замечания по ее организации и предложения по совершенствованию практической подготовки магистров.

Администрация базы практик (принимающей стороны):

- обязана организовать и контролировать прохождение практики магистрами в соответствии с групповым или индивидуальным заданием;

- обязана обеспечить условия, необходимые для успешного прохождения практик магистрами, организовать и провести ее в соответствии с Положением и заданиями закрепленных за ними магистров. В этих целях они назначают из числа своих сотрудников руководителя практики от базовой организации (как правило, руководителя организации, его заместителя или одного из ведущих специалистов), обеспечивающих непосредственное руководство ее проведением и работающих в тесном контакте с руководителями практики;

- при наличии вакантных должностей магистры могут зачисляться на них, если работа соответствует требованиям программы практики.

Руководитель практики магистров от принимающей стороны обязан:

- ознакомить магистров с особенностями деятельности данного учреждения (организации), с условиями труда и материально-техническим оснащением базы практик с организацией работы на конкретном рабочем месте;

- определить (совместно с руководителем практики от университета) цели, задачи и объём работы практики для каждого магистра;

- контролировать соблюдение практикантами производственной дисциплины и сообщать в университет обо всех случаях нарушения ими правил внутреннего трудового распорядка;

- участвовать в оценке качества работы путём внесения пометок в дневники магистров о прохождении практики;

- дать отзыв о выполнении программы практики закрепленных за ними магистров, включающий замечания и предложения по ее организации (в последний день практики);

- с момента зачисления магистров в период практики на рабочие места ознакомить их в установленном порядке с правилами охраны труда и правилами внутреннего распорядка, действующими на предприятии. При этом продолжительность рабочего дня магистров при прохождении практики в организациях должна составлять для магистров в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю.

2. Отчетная документация магистров.

Отчет по практике должен состоять из следующих структурных элементов:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- основная часть, состоящая из двух глав;
- заключение;
- список литературы;
- приложения.

Текст отчета и иллюстративно-графический материал (таблицы, графики, схемы, рисунки) оформляются согласно методическим рекомендациям:

Обязательные структурные части, разделы отчета (их названия)	Форма изложения материала
Титульный лист документа	Содержит обязательные реквизиты.

	(см. Приложение 4)
Оглавление	Перечень (список) наименований всех разделов, глав, параграфов, с указанием страниц, на которых они расположены. (см. Приложение 5)
Введение	Описать цели и задачи практики согласно методическим рекомендациям
Отчетная документация по практике	1. Договор между Университетом и организацией – базой практики. 2. Направление стажера в организацию – базу практики.
Заключение	Оформить текстом: Итог проделанной работы по объему и выполненным целям практики.
Список литературы	Оформить текстом - списком: (15-20 источников) Перечисляются с порядковой нумерацией письменные источники, которыми пользовался магистр во время прохождения практики (нормативно-правовые акты, учебники, учебные пособия, методика, интернет-источники и др.)

При направлении лиц с ограниченными возможностями здоровья в организацию или предприятие для прохождения предусмотренной учебным планом практики, Университет согласовывает с организацией (предприятием) условия и виды труда. При необходимости, для прохождения практик могут создаваться специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых студентом-инвалидом трудовых функций.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура (всё – в стандартной комплектации для лабораторных занятий и самостоятельной работы); доступ к Интернету.

VII. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Нормативно-технические документы

При прохождении практики в организациях магистр должен усвоить основные нормативно-технические документы:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) «магистр»), утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528.

2. Программа практики магистров по направлению подготовки магистров 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

При прохождении практики магистр должен усвоить компьютерные технологии, обеспечивающие реализацию процессов социальных коммуникаций, основные методы научных исследований, проведения эксперимента, оценки полученных результатов, оформления отчетов по НИР и ОКР. При этом широко используется арсенал выставочных стендов, специализированной контрольно-измерительной техники, вычислительной и компьютерной техники со специализированным программным обеспечением.

Для прохождения практики и подготовки отчета о ней магистру может потребоваться следующее программное обеспечение (платные, условно-бесплатные или

демо-версии): ABBYY Finereader, ABBYY Lingvo, Adobe Acrobat Reader, Adobe Photoshop, AllFusion Process Modeler (BPWin), Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Project, Microsoft Publisher, Microsoft Visio, Microsoft Word, Opera, Microsoft Internet Explorer, Promt, SwiffChart Pro, Консультант+/ Гарант/ Кодекс.

Перечень учебной литературы и интернет-ресурсов, необходимых для проведения практик

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
6.1. Рекомендуемая литература			
6.1.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
ЛП1.1	Архангельская И.Б., Мезина Л.Г., Архангельская А.С.	Интегрированные маркетинговые коммуникации.	М.: РИОР, ИНФРА-М, 2020.
ЛП1.2	Архангельская И.Б., Ротанова М.Б.	Методические указания по написанию выпускной квалификационной работы (бакалавриат, магистратура): электронная версия.	Н. Новгород: НГЛУ, 2020.
ЛП1.3	Емельянов, С. М.	Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для вузов.	М.: Юрайт, 2020.
ЛП1.4	Кириллова Н.Б.	Медиалогия. 2-е изд., стер	М.; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 420 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494602
ЛП1.5	Кирия И.Б., Новикова А.А.	История и теория медиа: учебник для вузов.	М: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753
ЛП1.6	Мальшева Е.Г., Рогалева О.С.	Методология и методы медиаисследований: учебное пособие	Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2019. – 132 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563025
ЛП1.7	Синяева И.М.	Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров. Реклама и связи с общественностью: учебник	М.: Издательство Юрайт, 2020
ЛП1.8	Чумиков А.Н.	Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студ. вузов.	М.: Аспект Пресс, 2019.
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
ЛП2.1	Ачкасова В. А.	Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов/ под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп.	— Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 351 с. — (Высшее

			образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453280 (д
Л2.2		Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. И.М. Синяевой	М. : Юнити, 2015.
Л2.3	Дрокина К.В.	Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие	Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Таганрог : Южный федеральный университет, 2016. – Ч. 2. – 76 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030
Л2.4		Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой.	Москва : Юнити, 2015. – 504 с. – (Magister). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438
Л2.5	Карпова С.В.	Финансовый маркетинг: теория и практика. Учебное пособие для магистров.	М.: Юрайт. Серия : Магистр. 2014.
Л2.6	Кириллова, Н.Б.	Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие :	Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 185 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869
Л2.7		Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов/ под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр.	М.: Издательство Юрайт, 2020.
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] URL: http://www.akarussia.ru/		
Э2	Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью URL: http://pracademy.ru/files/upload/07/8a/Российский%20кодекс%20профессиональных%20и%20этических%20принципов%20в%20PR_PACO.pdf		

Э3	Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // URL: www.advertology.ru .
Э4	Сервис для создания и редактирования видео. URL: www.movavi.ru/videoeditor
Э5	Сервис для создания и редактирования видео. URL: www.supra.ru
Э6	Федеральный Закон РФ «О Рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ [электронный ресурс] / URL: http://www.consultant.ru/popular/advert/
Э7	Федеральный Закон РФ «О Средствах массовой информации» (Закон о СМИ) от 27.12.1991 № 2124-1 / [электронный ресурс] / URL http://www.consultant.ru/popular/smi/

ДОГОВОР № _____

о сотрудничестве в области организации и проведения практики обучающихся
г. Нижний Новгород «___» _____ 202__ г.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», именуемое в дальнейшем «Университет, НГЛУ», в лице проректора по образовательной и профориентационной деятельности Ивановой Риммы Анваровны, действующей на основании Доверенности № 14 от 24.06.2021 г., с одной стороны, и

(организационно-правовая форма организации, ее наименование)
именуемая в дальнейшем «Организация», в лице _____
(ФИО, должность)
_____, действующего
на основании _____, с другой стороны,

(Устава, доверенности, положения)

руководствуясь законодательством Российской Федерации и «Положением о практической подготовке обучающихся», утвержденного приказом Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России № 390 от 05.08.2020 г. заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. Предмет договора

1.1. Стороны принимают на себя обязательства по организации практики обучающихся на условиях, предусмотренных настоящим договором.

2. Обязанности сторон

2.1. Обязанности Организации:

2.1.1. Предоставить студенту _____ курса _____,
(ФИО студента)

обучающемуся по специальности/направлению
подготовки _____ в НГЛУ место, для прохождения
практики _____
(вид практики)

на период с _____ 202__ г. по _____ 202__ г.

2.1.2. Обеспечить обучающемуся безопасную организацию работы.

2.1.3. Создать необходимые условия для выполнения обучающимся программы практики. Не привлекать практиканта к работам, не имеющим отношения к специальности.

2.1.4. Предоставить обучающемуся необходимые материалы и документацию для успешного выполнения им программы практики.

2.1.5. Назначить квалифицированных специалистов для руководства практикой.

2.1.6. Вести учет явки обучающегося в соответствии с установленным в «Организации» порядком. Обо всех случаях нарушения обучающимся трудовой дисциплины и Правил внутреннего распорядка «Организации» сообщать в Университет.

2.1.7. По окончании практики дать отзыв (характеристику) о работе обучающегося.

2.2. Обязанности Университета:

2.2.1. Направить в Организацию обучающегося в соответствии с утвержденным учебным планом.

2.2.2. До начала практики предоставить Организации список обучающихся, направляемых на практику.

2.2.3. Назначить квалифицированных преподавателей для руководства практикой обучающихся.

2.2.4. Осуществлять текущий контроль за прохождением практики обучающихся.

2.2.5. Оказывать работникам Организации – руководителям практики обучающихся – методическую помощь в организации и проведении практики.

3. Прочие условия

3.1. Договор вступает в силу с момента подписания его сторонами и действует до « ___ » _____ 202__ г.

3.2. Договор заключается сторонами на срок прохождения практики обучающимся.

3.3. Настоящий договор может быть расторгнут по инициативе любой из сторон в случае возникновения обстоятельств, которые существенно изменяют условия, при которых заключен настоящий договор при условии предварительного письменного уведомления другой стороны не менее, чем за 15 дней.

3.4. Споры, возникающие по настоящему договору, разрешаются по согласованию сторон. В случае не достижения согласия между сторонами споры разрешаются в порядке, установленном действующим законодательством.

3.5. Настоящий договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, один из которых хранится в Университете, другой – в Организации.

4. Дополнительные условия

4.1. Все изменения и дополнения к настоящему договору вносятся путем подписания дополнительных соглашений уполномоченными представителями сторон.

4.2. В случае возникновения споров по вопросам, предусмотренным настоящим договором или в связи с ним, стороны обязуются принять меры к решению их путем переговоров. В случае не достижения согласия между сторонами споры разрешаются в порядке, установленном действующим законодательством.

4.3. Настоящий договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу.

4.4. В случае возникновения правоотношений, включающих в себя финансовые условия, стороны оформляют их в виде отдельных договоров.

5. Антикоррупционная оговорка

5.1. Университет обязуется в рамках исполнения настоящего договора соблюдать требования применимого антикоррупционного законодательства и не предпринимать никаких действий, которые могут нарушить нормы антикоррупционного законодательства или стать причиной такого нарушения Организацией, в том числе не требовать, не получать, не предлагать, не санкционировать, не обещать и не совершать незаконные платежи напрямую, через третьих лиц или в качестве посредника, включая (но не ограничиваясь) взятки в денежной или любой иной форме, каким-либо физическим или юридическим лицам, включая (но не ограничиваясь) коммерческим организациям, органам власти и самоуправления, государственным служащим, частным компаниям и их представителям.

5.2. В случае нарушения Университетом изложенных выше антикоррупционных обязательств, Организация вправе в одностороннем порядке приостановить исполнение своих обязательств по настоящему договору до устранения причин такого нарушения или отказаться от исполнения договора, направив об этом письменное уведомление.

6. Юридические адреса и банковские реквизиты сторон:

Университет:

Организация:

НГЛУ

Адрес: 603155, Нижний Новгород, ул. Минина, д.31 а. Телефон: 436-15-75

Банковские реквизиты: УФК по Нижегородской области (НГЛУ), л/с 20326У08370
р/с 03214643000000013200

Адрес: _____

Телефон: _____

Волго-Вятское ГУ БАНКА РОССИИ//УФК по
Нижегородской области г.Нижний Новгород
БИК 012202102

Проректор по образовательной и
профориентационной деятельности
_____ / Р.А. Иванова

(подпись)

МП

Факс: _____

Банковские реквизиты: _____

Руководитель практики:

_____ / _____

(подпись)

(ФИО)

МП

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Н.А. Добролюбова»**

603155, г. Нижний Новгород, ГСП
Н-155, ул. Минина, д. 31а

Телефон (831) 436-15-75

Факс (831) 436-20-49

Эл. почта: admdep@lunn.ru

НАПРАВЛЕНИЕ

на _____ (вид практики)
практику

студент(ка) _____ (ФИО)

высшая школа/институт _____

Специальность / направление подготовки _____

Выпускающая кафедра _____

Курс _____ Группа _____

Срок прохождения практики с “ ___ ” _____ 202_ г. по “ ___ ” _____ 202_ г.

Место проведения практики _____
(организационно-правовая форма организации, наименование, адрес, телефон)

Вед.специалист
по организации практик _____ (ФИО) _____ (подпись)

Зав. кафедрой _____ (ФИО) _____ (подпись)

Декан факультета _____ (ФИО) _____ (подпись)

МП

Дата выдачи “ ___ ” _____ 202_ г.

ОТМЕТКА О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Студент(ка) _____ (ФИО)

Курс _____ Группа _____

Приступила к практике

“ ___ ” _____ 202_ г.

Завершила практику

“ ___ ” _____ 202_ г.

Руководитель организации _____ (ФИО) _____
(подпись)

” “ _____ 202_ г.

МП

КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СТУДЕНТА ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

(степень выполнения задания практики, уровень теоретической подготовки, умение решать поставленные задачи, дисциплина, замечания руководителя).

Оценка руководителя практики от организации

Руководитель практики от организации

_____ (ФИО, должность)
 “ ___ ” _____ 202__ г.

_____ (подпись)

Руководитель организации _____
 (ФИО)

_____ (подпись)

МП

“ ___ ” _____ 202__ г.

ОТМЕТКА О КОНТРОЛЕ ЗА ХОДОМ ПРАКТИКИ

Дата проверки _____

Проверяющий _____

Содержание замечаний и указаний студенту(ке) _____

ОЦЕНКА КАФЕДРОЙ ИТОГОВ ПРАКТИКИ

Общая оценка за практику

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования «Нижегородский государственный
лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова»**

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ СТУДЕНТА

Студент

(Фамилия, имя, отчество)

Высшая школа / институт _____

Направление подготовки (профиль)/специальность _____

_____ курс _____, группа ____

направляется на _____ в _____

(вид практики) (организация)

Цель практики:

Задачи практики:

Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики:

I. Календарные сроки практики

По учебному плану с _____ по _____

Дата прибытия на практику _____ 202 г.

Дата выбытия с места практики _____ 202 г.

II. Руководитель практики от НГЛУ

Кафедра _____

Должность _____

ФИО _____

планируемое индивидуальное задание

№	Планируемые виды работ
1.	<p>Ознакомиться с уставными и нормативными документами, регламентирующими производственно-хозяйственную и управленческую деятельность организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - с отраслевыми особенностями функционирования организации; - с экономическими показателями деятельности организации; - с организационной и производственной структурой организации; - с технологией производства товаров, работ или услуг; - с инвестиционными проектами на предприятии, с их бизнес-планом; - с пакетом должностных инструкций руководителей и сотрудников организации; - с системой документооборота; - с принципами и порядком планирования деятельности организации; - с организацией управленческой деятельности
2	Изучить современные информационные технологии, применяемые в организации
3.	Приобрести первоначальные навыки работы в определенной должности
4.	Выполнить дополнительные задания, поставленные руководителем практики от организации
5.	Сформулировать основные проблемы возникающие у организации
6.	Разработать рекомендации по решению выявленных проблем
7.	Собрать материал для написания отчета

III. Руководитель практики от организации

Должность _____

ФИО _____

выполнение индивидуального задания

	Виды работ
.	
.	
.	
.	
.	

.	
.	
.	

Руководитель практики
от организации _____ (ФИО)
(ПОДПИСЬ)

Руководитель практики
от кафедры _____ (ФИО)
(ПОДПИСЬ)

Оформление титульного листа дневника практики
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
Высшего профессионального образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет
им. Н.А. Добролюбова»

О Т Ч Е Т
о прохождении (название вида практики)
практики

Магистра _____
(Ф.И.О. полностью)
факультета _____ курса _____
группы _____ форма обучения: _____
(очная, заочная)
дом, адрес и телефон _____

Место проведения практики
_____ города _____
(базовое учреждение)

Сроки проведения практики
с «__» _____ по «__» _____ 20__ г.

Руководитель базового учреждения (центра)

(указать должность, Ф.И.О. полностью)

Специалист базового учреждения _____
(указать должность, Ф.И.О. полностью)

Адрес и телефон базового учреждения _____

Руководитель практики:
Руководитель от университета _____
Зав. кафедрой _____

Нижегород
2023

*Образец Оглавления отчета по практике***ОГЛАВЛЕНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ (*указываются причины выбора определенной организации в качестве базы практики, формулируются цель и задачи практики ее продолжительность*)

1. Общая характеристика организации - базы прохождения практики
2. Должностные обязанности практиканта
3. Индивидуальное задание стажера
4. Индивидуальный план (дневник) практики
5. Общекультурные и профессиональные компетенции, приобретенные в процессе практики
6. Анализ основных проблем, сопровождавших прохождение практики
7. Рекомендации по совершенствованию форм и методов деятельности организации – базы практики
8. Элементы практики как эмпирическая основа научных работ разного уровня (курсовых, дипломных).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ (*приводятся общие выводы по всем составляющим практики*)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ