


**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный институт культуры
Факультет медиакоммуникаций и аудиовизуальных искусств**

УТВЕРЖДАЮ:

Председатель УМС

 **факультета**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ
Б2.О.02.02(Пр) Производственная (преддипломная) практика**

**Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная, заочная**

КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ:

Коды формируемых компетенций	Наименование компетенции и ее краткая характеристика	Характеристика обязательного (порогового) уровня сформированности компетенции у выпускника вуза		
		знать	уметь	владеть
7-8-М СЕМЕСТРАХ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ (9-10 СЕМЕСТРАХ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)				
УК-2 Разработка и реализация проектов	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	методологию и методике проектного менеджмента	разрабатывать и реализовывать проект полного цикла	технологией разработки и реализации проектов
УК-3 Командная работа и лидерство	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	теорию и методологию психологии управления	организовать работу команды, определить стратегию ее деятельности, мотивировать команду для ее исполнения	психологическими методами управления
УК-6 Самоорганизация и саморазвитие	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	теорию и технологии совершенствования собственной деятельности	определять приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	навыками реализации и совершенствования собственной деятельности
УК-7 Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни, методы сохранения и укрепления физического здоровья и умения использовать их для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	использовать творческие средства и методы физического воспитания для профессионального и личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни, уметь самостоятельно проводить тренировочные занятия по физической культуре;	навыками и методами сохранения и укрепления личного здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности, для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности, личным опытом использования физкультурно-спортивной деятельности для повышения своих функциональных и двигательных возможностей для достижения личных жизненных и профессиональных целей.
УК-8 Безопасность жизнедеятельности	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций	требования, предъявляемые к безопасности условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и угрозе военных конфликтов и пути обеспечения комфортных условий труда на рабочем месте.	обеспечивать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и угрозе военных конфликтов, комфортные условия труда на рабочем месте; выявлять и устранять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте	навыками предотвращения возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте

	аций и военных конфликтов			
УК-9 Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	основные документы, регламентирующие финансовую грамотность в профессиональной деятельности; источники финансирования профессиональной деятельности; принципы планирования экономической деятельности; критерии оценки затрат и обоснованности экономических решений.	обосновывать принятие экономических решений в различных областях жизнедеятельности на основе учета факторов эффективности; планировать деятельность с учетом экономически оправданных затрат, направленных на достижение результата.	методикой анализа, расчета и оценки экономической целесообразности. деятельности (проекта), его финансирования из внебюджетных и бюджетных источников
УК-10 Гражданская позиция	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней.	планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме.	навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.
ОПК-1 Продукт профессиональной деятельности: медиатекст/медиапродукт/коммуникационный продукт	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты/медиапродукты/коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	создавать медиатексты и медиапродукты, востребованные сферой рекламы и связей с общественностью	навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-4 Аудитория	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности
ОПК-5 Медиакоммуникационная система	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	профессиональными навыками в сфере медиакоммуникаций с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности
ОПК-6 Технологии	Способен понимать принципы работы современных информационных тех-	принципы работы современных информационных технологий и воз-	использовать принципы работы современных информационных технологий для решения задач	навыками использования принципов работы современных ин-

	нологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	возможности их использования для решения задач профессиональной деятельности принципы работы современных деятельности	профессиональной деятельности	формационных технологий для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-7 Эффекты	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	осуществлять отбор информации, профессиональных средств в соответствии с принципами социальной ответственности	профессиональными приемами рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом
ПК-1 Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн коммуникаций	технологии медиарилейшнз (отношения со СМИ); технологии копирайтинга; технологии организации специальных мероприятий; основные инструменты внутренних коммуникаций; основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов	использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования; использовать технологии копирайтинга; использовать основные технологии формирования корпоративной культуры	технологиями медиопланирования; технологиями организации специальных мероприятий; современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций
ПК-2 Осуществление профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере	Способен осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере	организацию рекламной деятельности и связей с общественностью в коммерческой; технологии и инструменты продвижения в коммерческой сфере	создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью с учетом специфики сферы; применять технологии работы с различными целевыми аудиториями	методами исследования и анализа современного рынка и тенденций его развития; технологиями продвижения товаров и услуг.
ПК-3 Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями задачами.	типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; виды основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; основы планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью	составлять основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; понимать результаты исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.	реализацией типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками составления документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками использования исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью

ПК-4 Организация процесса создания коммуникационного продукта	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	состав функций линейного менеджера по рекламе и связям с общественностью; основы тактического планирования мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; основы коммуникационной стратегии; основы организации внутренних коммуникаций; основные виды мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности	выполнять функции линейного менеджера в рамках текущей деятельности коммуникационного или рекламного отдела и (или) отдела по рекламе и связям с общественностью в учреждении социокультурной сферы; планировать тактические мероприятия в рамках реализации коммуникационной стратегии	навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.
ПК-5 Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникаций	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта в коммерческой сфере	основные маркетинговые инструменты; основы проведения маркетинговых исследований; принципы и основы проведения мониторинга обратной связи; основы производства коммуникационного продукта; основы реализации коммуникационного продукта	использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	инструментами планирования производства коммуникационного продукта; инструментами реализации коммуникационного продукта.
ПК-6 Организация процесса создания коммуникационного продукта	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	состав функций линейного менеджера по рекламе и связям с общественностью; основы тактического планирования мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; основы коммуникационной стратегии; основы организации внутренних коммуникаций; основные виды мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности	выполнять функции линейного менеджера в рамках текущей деятельности коммуникационного или рекламного отдела и (или) отдела по рекламе и связям с общественностью в учреждении социокультурной сферы; планировать тактические мероприятия в рамках реализации коммуникационной стратегии	владеть навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.
ПК-7 Продвижение коммуникационного продукта	Способность применять основные технологии маркетинговых	основные маркетинговые инструменты; основы проведения марке-	использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производ-	инструментами планирования производства коммуникационного

путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникаций	коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	тинговых исследований; принципы и основы проведения мониторинга обратной связи; основы производства коммуникационного продукта; основы реализации коммуникационного продукта	ства и (или) реализации коммуникационного продукта	продукта; инструментами реализации коммуникационного продукта.
---	---	--	--	--

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость практики составляет 18 ЗЕ (648 академических часа: 4 часа контактной работы, 644 часа самостоятельной работы обучающихся)

№ п/п	Раздел	Семестр	Неделя практики	Виды учебной работы и трудоемкость в часах		Формы текущего кон- троля успеваемости,
				Виды и содержание произ- водственной (преддиплом- ной) практики, задания, вы- полняемые практикантами	Часы	
7-М СЕМЕСТРЕ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ (9 СЕМЕСТРЕ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)						
1.	Консультационный	7 (9)	1	Общее собрание практикан- тов в вузе (инструктаж по технике безопасности, подго- товка индивидуального зада- ния)	4	
2.	Ознакомительный	7 (9)	1	Проведение инструктажа по технике безопасности, озна- комление с деятельностью организации-места прохож- дения практики	2	
3.	Организационный	7 (9)	2-10	Поиск и обобщение теорети- ческого и эмпирического материала по теме исследова- ния	68	Устный контроль: пред- ставить на основе со- бранного материала кон- цепцию и уточненный план исследования
4.	Маркетинговый	7 (9)	11- 17	Проведение предпроектных теоретических и прикладных исследований	250	Письменный отчет
8-М СЕМЕСТРЕ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ (10 СЕМЕСТРЕ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)						
5.	Маркетинговый	8 (10)	1-4	Анализ и оценка деятельно- сти исследуемого объекта	100	Письменный отчет
6.	Технологический.	8 (10)	5-9	Анализ и оценка продуктов деятельности исследуемого объекта	100	Письменный отчет
7.	Проектный	8 (10)	9-14	Выявление на практике при- оритетных направлений со- вершенствования, улучшения работы объекта исследования	45	Письменный отчет
8.	Заключительный, про- ектный -	8 (10)	15-18	Подготовка отчета по пред- дипломной практике	79	Письменный отчет по материалам, оформлен- ный отчет по практике на основе материала для 1 и 2 глав выпускной квали- фикационной работы
ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ					ЗАЧЕТ	

УКАЗАНИЕ ФОРМ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Номер семестра	Раздел практики, обеспечивающий формирование компетенции	Вид и содержание форм отчетности	Требования к выполнению
7-8-М СЕМЕСТРЕ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ (9-10 СЕМЕСТРЕ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)			
7-8 (9-10)	Организационный, технологический, маркетинговый	Описание объекта и предмета, инструментария исследования, исследование сильных и слабых сторон исследуемого объекта на основе собранных материалов; уточненный план исследования, теоретическая база и база вторичной информации исследования, оценка деятельности объекта исследования, предполагаемые направления и ресурсы решения выявленных проблем, перечень ключевых инструментов и методов решения поставленных задач	Отчетные материалы выполняются в письменном виде в строгом соответствии с индивидуальным заданием и совместным графиком прохождения практики, основные результаты выполнения каждого этапа фиксируются в дневнике практиканта и согласуются с руководителями практики от МГИК и Организации
7-8 (9-10)	Заключительный, проектный	Представить материал для первой и второй глав ВКР, предложения по разработке рекомендаций и проектов по тематике исследования. Составить обобщённое заключение.	Выполняется в форме Отчета по практике, Предусмотрена защита отчета по преддипломной практике. Срок сдачи отчетной документации по практике (дневника практиканта, отчета по практике, отзыва руководителя практики от организации) - конец 18 недели практики

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

9. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

9.1 ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Код компетенции	Раздел практики	Задание практики	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции		
				Знать	Уметь	Владеть
8-М СЕМЕСТРЕ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ (10 СЕМЕСТРЕ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)						
УК-2	Организационный	Поиск и обобщение теоретического материала по теме исследования	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	методологию и методику проектного менеджмента	разрабатывать и реализовывать проект полного цикла	технологией разработки и реализации проектов
УК-3	Организационный	Поиск и обобщение теоретического материала по теме исследования	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	теорию и методологию психологии управления	организовать работу команды, определить стратегию ее деятельности, мотивировать команду для ее исполнения	психологическими методами управления
УК-6	Организационный	Поиск и обобщение теоретического материала по теме исследования	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	теорию и технологии совершенствования собственной деятельности	определять приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	навыками реализации и совершенствования собственной деятельности
УК-7	Организационный	Поиск и обобщение теоретического материала по теме исследования	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни, методы сохранения и укрепления физического здоровья и умения использовать их для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	использовать творчески средства и методы физического воспитания для профессионального и личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни, уметь самостоятельно проводить тренировочные занятия по физической культуре;	навыками и методами сохранения и укрепления личного здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности, для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности, личным опытом использования физкультурно-спортивной деятельности для повышения своих функциональных и двигательных возможностей для достижения личных жизненных и профессиональных целей.
УК-8	Организационный	Поиск и обобщение эмпирического материала по теме исследования	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспе	требования, предъявляемые к безопасности условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и угрозе	обеспечивать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и	навыками предотвращения возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте

			чения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	военных конфликтов и пути обеспечения комфортных условий труда на рабочем месте.	угрозе военных конфликтов, комфортные условия труда на рабочем месте; выявлять и устранять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте	
УК-9	Организа- ционный	Анализ и оценка деятельности исследуемого объекта	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	основные документы, регламентирующие финансовую грамотность в профессиональной деятельности; источники финансирования профессиональной деятельности; принципы планирования экономической деятельности; критерии оценки затрат и обоснованности экономических решений.	обосновывать принятие экономических решений в различных областях жизнедеятельности на основе учета факторов эффективности; планировать деятельность с учетом экономически оправданных затрат, направленных на достижение результата.	методикой анализа, расчета и оценки экономической целесообразности деятельности (проекта), его финансирования из внебюджетных и бюджетных источников
УК-10	Организа- ционный	Анализ и оценка продуктов деятельности исследуемого объекта	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней.	планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме.	навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.
ОПК-1	Технологиче- ский, марке- тинго- вый	Анализ и оценка деятельности исследуемого объекта	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты/медиапродукты/коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	создавать медиатексты и медиапродукты, востребованные сферой рекламы и связей с общественностью	навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-4	Технологический, маркетин- говый	Анализ и оценка продуктов деятельности исследуемого объекта	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторий групп	основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности

ОПК-5	Технологический, маркетинговый	Выявление на практике приоритетных направлений улучшения деятельности объекта исследования	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие различных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	профессиональными навыками в сфере медиакоммуникаций с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности
ОПК-6	Технологический, маркетинговый	Проведение пред проектных и теоретических исследований	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	использовать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	современными цифровыми устройствами, платформами и программным обеспечением на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-7	Технологический, маркетинговый	Проведение пред проектных исследований	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	осуществлять отбор информации, профессиональных средств в соответствии с принципами социальной ответственности	профессиональными приемами рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом
ПК-1	Технологический, маркетинговый	Проведение прикладных исследований	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	Знает технологии медиарилейшнз (отношения со СМИ); технологии копирайтинга; технологии организации специальных мероприятий; основные инструменты внутренних коммуникаций; основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов	использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования; использовать технологии копирайтинга; использовать основные технологии формирования корпоративной культуры	Владеет технологиями медиапланирования; технологиями организации специальных мероприятий; современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций
ПК-2	Технологический, маркетинговый	Проведение прикладных и пред проектных исследований	Способен осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере	организацию рекламной деятельности и связей с общественностью в коммерческой; технологии и инструменты продвижения в коммерческой сфере	создавать и продвигать рекламные проекты и проекты по связям с общественностью с учетом специфики сферы; применять технологии работы с различными целевыми аудиториями	Методами исследования и анализа современного рынка и тенденций его развития; технологиями продвижения товаров и услуг.
ПК-3	Технологический	Проведение пред проектных	Способен осуществлять проектную	Типовые алгоритмы проектов	Составлять основные	Реализацией типовых алгоритмов

	гиче-ский, марке-тинго-вый	и прикладных исследований	деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями задачами.	и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; Виды основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; Основы планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью	документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; Понимать результаты исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.	проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; Навыками составления документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; Навыками использования исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью
ПК-4	Технологиче-ский, марке-тинго-вый	Проведение прикладных исследований	Состав функций линейного менеджера по рекламе и связям с общественностью; Основы тактического планирования мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; Основы коммуникационной стратегии; Основы организации внутренних коммуникаций; Основные виды мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности	функции линейного менеджера в рамках текущей деятельности коммуникационного или рекламного отдела и (или) отдела по рекламе и связям с общественностью в учреждении социо-культурной сферы; планировать тактические мероприятия в рамках реализации коммуникационной стратегии	навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	состав функций линейного менеджера по рекламе и связям с общественностью; основы тактического планирования мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; основы коммуникационной стратегии; основы организации внутренних коммуникаций; основные виды мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности
ПК-5	Проект-ный, за-ключи-тельный	Проведение прикладных исследований	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта в коммерческой сфере	основные маркетинговые инструменты; основы проведения маркетинговых исследований; принципы и основы проведения мониторинга обратной связи; основы производства коммуникационного продукта; основы реализации коммуникационного продукта	использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	инструментами планирования производства коммуникационного продукта; инструментами реализации коммуникационного продукта.
ПК-6	Проект-ный, за-ключи-тельный	Проведение прикладных исследований	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	состав функций линейного менеджера по рекламе и связям с общественностью; основы тактического планирования мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; основы коммуникационной	выполнять функции линейного менеджера в рамках текущей деятельности коммуникационного или рекламного отдела и (или) отдела по рекламе и связям с	владеть навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

				стратегии; основы организации внутренних коммуникаций; основные виды мероприятий по формированию корпоративной культуры и идентичности	общественностью в учреждении социо-культурной сферы; планировать тикти-ческие мероприятия в рамках реализации коммуникационной стратегии	
ПК-7	Проектный, заключительный	Проведение прикладных исследований	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	основные маркетинговые инструменты; основы проведения маркетинговых исследований; принципы и основы проведения мониторинга обратной связи; основы производства коммуникационного продукта; основы реализации коммуникационного продукта	использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	инструментами планирования производства коммуникационного продукта; инструментами реализации коммуникационного продукта.

ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Для описания показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах ее формирования по производственной, которая предусматривает единые условия контроля (принимаются в период прохождения производственной практики 4 мероприятия текущего контроля) и оценивания.

Результаты текущего контроля успеваемости учитываются при выставлении оценки в ходе промежуточной аттестации.

ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Номер семестра	Раздел практики, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание типового контрольного задания	Показатели оценивания Критерии оценивания и балльная шкала/неделя аттестации
7-8-М СЕМЕСТРАХ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ (9-10 СЕМЕСТРАХ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)			
7-8 (9-10)	Организационный, технологический, маркетинговый	1) Описание объекта и предмета, инструментария исследования, исследования; 2) сильные и слабые стороны исследуемого предмета на основе собранных материалов; 3) уточненный план исследования, теоретическая база и база вторичной информации исследования; 4) результаты оценки деятельности объекта исследования; 5) анализ и оценка продуктов деятельности объекта исследования	Отчетные материалы выполняются в письменном виде в строгом соответствии с индивидуальным заданием и совместным графиком прохождения практики, основные результаты выполнения каждого этапа и фиксируются в дневнике практиканта и согласуются с руководителями практики от МГИК и Организации Показатели оценивания: Демонстрирует: опыт обоснования и разработки проекта на его основных этапах

8 (10)	Проектный	Представить материал для первой и второй глав ВКР, предложения по разработке рекомендаций и проекта по тематике исследования. Составить обобщённое заключение по результатам исследования.	<p>Защита отчета по преддипломной практике.</p> <p>Промежуточная аттестация</p> <p>Показатели оценивания:</p> <p>Демонстрирует: опыт определения круга задач в рамках поставленной цели и выбора оптимальных способов их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; опыт осуществления социального взаимодействия и реализации своей роль в команде; опыт применения технологических новаций и современного программного обеспечения в сфере рекламы и связей с общественностью; опыт исследования рекламного рынка, продаж и продвижения коммуникационного продукта; опыт принятия обоснованных решений, обеспечения эффективности организаций избранной сферы профессиональной деятельности; опыт применения законодательства Российской Федерации, а также норм международного права при осуществлении профессиональной деятельности; опыт применения основных методов проектирования в области рекламы и связей с общественностью; опыт анализа и обработки научно-технической информации в области рекламной деятельности; опыт применения прикладных методов исследовательской деятельности.</p>
--------	-----------	--	---

Планируемые результаты практики			
Код компетенции	Раздел практики	Задание практики	Индикаторы компетенции
	Консультационный	Общее собрание практикантов в вузе (инструктаж по технике безопасности, подготовка индивидуального задания)	Описание объекта и предмета, инструментария исследования, исследование сильных и слабых сторон исследуемого объекта на основе собранных материалов; уточненный план исследования, теоретическая база и база вторичной информации исследования, оценка деятельности объекта исследования, предполагаемые направления и ресурсы решения выявленных проблем, перечень ключевых инструментов и методов решения поставленных задач
УК-2,3	Ознакомительный этап	Овладеть технологией разработки и реализации проектов и психологическими методами управления	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-6,7	Организационный	Овладеть навыками реализации и совершенствования собственной деятельности навыками и методами сохранения и укрепления личного здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности, для	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

		успешной социально-культурной и профессиональной деятельности, личным опытом использования физкультурно-спортивной деятельности для повышения своих функциональных и двигательных возможностей для достижения личных жизненных и профессиональных целей.	
УК-8,9,10	Организационный	Овладеть навыками предотвращения возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте; методикой анализа, расчета и оценки экономической целесообразности деятельности (проекта), его финансирования из внебюджетных и бюджетных источников; навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности
ОПК-1	Технологический, маркетинговый	Овладеть навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты/ медиапродукты/коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-4	Технологический, маркетинговый	Овладеть основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-5	Технологический, маркетинговый	Овладеть профессиональными навыками в сфере медиакоммуникаций с учетом правовых и этических норм регулирования профессиональной деятельности	Способен учитывать в проф. деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-6	Технологический, маркетинговый	Овладеть современными цифровыми устройствами, платформами и программным обеспечением на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ОПК-7	Технологический, маркетинговый	Овладеть профессиональными приемами рекламы и связей с общественностью в со-	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принци-

		ответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом	пам социальной ответственности
ПК-1	Технологический, маркетинговый	Овладеть технологиями медиапланирования; технологиями организации специальных мероприятий; современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн коммуникаций
ПК-2	Проектный, заключительный	Овладеть методами исследования и анализа современного рынка и тенденций его развития; технологиями продвижения товаров и услуг.	Способен осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере
ПК-3	Технологический, маркетинговый	Овладеть навыками реализации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками составления документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками использования исследований для планирования рекламной кампании или кампании по связям с общественностью	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями задачами.
ПК-4	Технологический, маркетинговый	Овладеть навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в коммерческой сфере
ПК-5	Проектный	Овладеть инструментами планирования производства коммуникационного продукта; инструментами реализации коммуникационного продукта	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта в коммерческой сфере
ПК-6	Проектный	Проведение прикладных исследований	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-7	Проектный	Проведение прикладных исследований	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
	Заключительный	Подготовка отчета по практике	

ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Основная литература

1. Джефкинс Ф. Паблик рилейшнз : учеб. пособие / Ф. Джефкинс, Д. Ядин ; пер. с англ. Б.Л. Еремина. - М. : ЮНИТИ, 2003. - 400 с. : ил. - (Зарубежный учебник). - Прил.: с.363-400. - ISBN 5-238-00567-9 : 180-.
- 2.Ильин А. С. Реклама в коммуникационном процессе [Текст]: курс лекций / А. С. Ильин. - М.: КНОРУС, 2012. - 141 с. : ил. - Прил.: с. 121-141. - Библиогр.: с. 119-120. - ISBN 867-5-406-02021-0: 182-27.
3. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии : учебник / В. Ф. Кузнецов. - М. : Аспект Пресс, 2005. - 299, [1] с. : табл. - Прил.: с.269-291. - Библиогр.: с.299-[230]. - ISBN 5-7567-0379-9 : 330-.
- 4.Минаева Л. В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. "Связи с общественностью" / Л. В. Минаева. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 286, [1] с. : ил. - ISBN 978-5-7567-0585-0 : 313-64.
- 5.Рощупкин С. Н. Основы рекламы : учеб. пособие / С. Н. Рощупкин ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М.: МГУКИ, 2008. - 266 с. : ил. - Прил.: с. 220-258. - Библиогр.: с. 260-263. - ISBN 978-5-94778-178-2: 91-80-.
6. Четвертков Н. В. Современная пресс-служба [Текст]: учеб. пособие / Н. В. Четвертков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 190, [1] с. - Прил.: с. 164-180. - Библиогр.: с. 187-188. - ISBN 978-5-7567-0581-2: 282-10.
- 7.Чумиков А. Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А. Н. Чумиков. - М.: Юрайт, 2018. - 173 с. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru>. - ISBN 978-5-534-06706-4: 469.00.
- 8.Якубенко Е.Н. Организация работы отделов по рекламе и связям с общественностью. Учебно-методическое пособие для преподавателей и студентов вузов Брянск – 2014.С. 20 .<https://megalektsii.ru/s35022t6.html>

Дополнительная литература:

- 1.Антипов К. В. Основы рекламы [Текст]: учеб. для студентов эконо. вузов, обучающихся по спец. "Реклама" и эконо. спец. / К. В. Антипов. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 325 с.: схем. - ISBN 978-5-394-01468-0: 282-04.
2. Джефкинс Ф. Паблик рилейшнз: учеб. пособие / Ф. Джефкинс, Д. Ядин; пер. с англ. Б.Л. Еремина. - М.: ЮНИТИ, 2003. - 400 с.: ил. - (Зарубежный учебник). - Прил.: с.363-400. - ISBN 5-238-00567-9: 180-.

3. Ильин А. С. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] : курс лекций / А. С. Ильин. - М. : КНОРУС, 2012. - 141 с. : ил. - Прил.: с. 121-141. - Библиогр.: с. 119-120. - ISBN 867-5-406-02021-0 : 182-27.
4. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии: учебник / В. Ф. Кузнецов. - М.: Аспект Пресс, 2005. - 299, [1] с. : табл. - Прил.: с.269-291. - Библиогр.: с.299-[230]. - ISBN 5-7567-0379-9: 330-.
5. Минаева Л. В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. "Связи с общественностью" / Л. В. Минаева. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 286, [1] с.: ил. - ISBN 978-5-7567-0585-0: 313-64.
6. Трушин Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Л. Е. Трушина. - М.: Дашков и Ко, 2011. - 245 с. - Библиогр.: с. 241-245. - ISBN 978-5-394-01087-3: 219-01.
7. Ученое В. В. История рекламы [Текст]: учеб. для студентов вузов / В. В. Ученое, Н. В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 447 с. - Библиогр.: с. 442-443. - ISBN 978-5-238-01452-3: 708-84.

Современные профессиональные информационные базы данных, ресурсы сети Интернет:

<http://www.akospr.ru/>
<http://президент.рф/trips>
<http://www.raso.ru/>
<http://www.duma.gov.ru/>
<http://правительство.рф/>
<http://www.gov.ru/>
<http://www.mos.ru/>

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется информационная справочная система: электронно-библиотечная система eLibrary.

Доступ в ЭБС:

- ЛАНЬ Договор с ООО «Издательство Лань» Режим доступа www.e.lanbook.com Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- ЭБС ЮРАЙТ, Режим доступа www.biblio-online.ru Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- ООО НЭБ Режим доступа www.eLIBRARY.ru Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей.