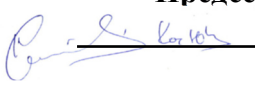


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ярошенко Николай Николаевич  
Должность: проректор по учебно-методической деятельности  
Дата подписания: 05.05.2026 10:52:09  
Уникальный программный ключ:  
25cc77c6d2a242799b1569189212ec549db4bb3f

**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
<b>7-8-М СЕМЕСТРАХ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ (9-10 СЕМЕСТРАХ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)</b>				
<b>УК-2</b> 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
<b>УК-3</b> 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
<b>УК-6</b> 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
<b>УК-7</b> 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.
<b>УК-8</b> 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			
<b>УК-9</b> 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 оправданные затрат, направленных на достижение результата.	методикой анализа, расчета и оценки экономической целесообразности деятельности (проекта), его финансирования из внебюджетных и бюджетных источников
<b>УК-10</b> 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.
<b>ОПК-1</b> 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
<b>ОПК-4</b> 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
<b>ОПК-5</b> 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 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
<b>ОПК-6</b> 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
<b>ОПК-7</b> 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
<b>ПК-1</b> 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 медиапланирования; технологиями организации специальных мероприятий; современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций
<b>ПК-2</b> 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.
<b>ПК-3</b> 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

<p><b>ПК-4</b> Организация процесса создания коммуникационного продукта</p>	<p>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>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</p>	<p>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</p>	<p>навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</p>
<p><b>ПК-5</b> Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникаций</p>	<p>Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта в коммерческой сфере</p>	<p>основные маркетинговые инструменты; основы проведения маркетинговых исследований; принципы и основы проведения мониторинга обратной связи; основы производства коммуникационного продукта; основы реализации коммуникационного продукта</p>	<p>использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p>	<p>инструментами планирования производства коммуникационного продукта; инструментами реализации коммуникационного продукта.</p>
<p><b>ПК-6</b> Организация процесса создания коммуникационного продукта</p>	<p>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>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</p>	<p>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</p>	<p>владеть навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</p>
<p><b>ПК-7</b> Продвижение коммуникационного продукта</p>	<p>Способность применять основные технологии маркетинговых</p>	<p>основные маркетинговые инструменты; основы проведения марке-</p>	<p>использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производ-</p>	<p>инструментами планирования производства коммуникационного</p>

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 контроля успеваемости,
				Виды и содержание производственной (преддипломной) практики, задания, выполняемые практикантами	Часы	
<b>7-М СЕМЕСТРЕ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ (9 СЕМЕСТРЕ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)</b>						
1.	Консультационный	7 (9)	1	Общее собрание практикантов в вузе (инструктаж по технике безопасности, подготовка индивидуального задания)	4	
2.	Ознакомительный	7 (9)	1	Проведение инструктажа по технике безопасности, ознакомление с деятельностью организации-места прохождения практики	2	
3.	Организационный	7 (9)	2-10	Поиск и обобщение теоретического и эмпирического материала по теме исследования	68	Устный контроль: представить на основе собранного материала концепцию и уточненный план исследования
4.	Маркетинговый	7 (9)	11-17	Проведение предпроектных теоретических и прикладных исследований	250	Письменный отчет
<b>8-М СЕМЕСТРЕ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ (10 СЕМЕСТРЕ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)</b>						
5.	Маркетинговый	8 (10)	1-4	Анализ и оценка деятельности 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 приоритетных направлений совершенствования, улучшения работы объекта исследования	45	Письменный отчет
8.	Заключительный, проектный	8 (10)	15-18	Подготовка отчета по преддипломной практике	79	Письменный отчет по материалам, оформленный отчет по практике на основе материала для 1 и 2 глав выпускной квалификационной работы
ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ						ЗАЧЕТ

## УКАЗАНИЕ ФОРМ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Номер семестра	Раздел практики, обеспечивающий формирование компетенции	Вид и содержание форм отчетности	Требования к выполнению
<b>7-8-М СЕМЕСТРЕ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ (9-10 СЕМЕСТРЕ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)</b>			
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 обобщенное 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
<b>8-М СЕМЕСТРЕ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ (10 СЕМЕСТРЕ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)</b>						
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 совершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни, уметь самостоятельно проводить тренировочные занятия по физической культуре;	навыками и методами сохранения и укрепления личного здоровья, физического совершенствования, 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	
<b>УК-9</b>	<b>Организа- ционный</b>	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
<b>УК-10</b>	<b>Организа- ционный</b>	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.
<b>ОПК-1</b>	<b>Технологический, маркетинговый</b>	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
<b>ОПК-4</b>	<b>Технологический, маркетинговый</b>	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.	соотнести социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности

<b>ОПК-5</b>	<b>Технологический, маркетинговый</b>	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
<b>ОПК-6</b>	<b>Технологический, маркетинговый</b>	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
<b>ОПК-7</b>	<b>Технологический, маркетинговый</b>	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
<b>ПК-1</b>	<b>Технологический, маркетинговый</b>	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
<b>ПК-2</b>	<b>Технологический, маркетинговый</b>	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.
<b>ПК-3</b>	<b>Технологический</b>	Проведение пред проектных исследований	Способен осуществлять проектную	Типовые алгоритмы проектов	Составлять основные	Реализацией типовых алгоритмов

	<b>гический, маркетинговый</b>	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
<b>ПК-4</b>	<b>Технологический, маркетинговый</b>	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 социокультурной 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
<b>ПК-5</b>	<b>Проектный, ключевой</b>	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.
<b>ПК-6</b>	<b>Проектный, ключевой</b>	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 социальной сферы; планировать тактические мероприятия в рамках реализации коммуникационной стратегии	
<b>ПК-7</b>	<b>Проектный, заключительный</b>	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
<b>7-8-М СЕМЕСТРАХ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ (9-10 СЕМЕСТРАХ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)</b>			
7-8 (9-10)	<b>Организационный, технологический, маркетинговый</b>	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 <b>Показатели оценивания:</b> 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 обобщенное заключение по результатам исследования.	Защита отчета по преддипломной практике. <b>Промежуточная аттестация</b> <b>Показатели оценивания:</b> 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 роли 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.
--------	-----------	--	--

<b>Планируемые результаты практики</b>			
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
<b>УК-2,3</b>	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
<b>УК-6,7</b>	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.	
<b>УК-8,9,10</b>	<b>Организационный</b>	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
<b>ОПК-1</b>	<b>Технологический, маркетинговый</b>	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
<b>ОПК-4</b>	<b>Технологический, маркетинговый</b>	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
<b>ОПК-5</b>	<b>Технологический, маркетинговый</b>	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
<b>ОПК-6</b>	<b>Технологический, маркетинговый</b>	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
<b>ОПК-7</b>	<b>Технологический, маркетинговый</b>	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
<b>ПК-1</b>	<b>Технологический, маркетинговый</b>	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
<b>ПК-2</b>	<b>Проектный, заключительный</b>	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
<b>ПК-3</b>	<b>Технологический, маркетинговый</b>	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.
<b>ПК-4</b>	<b>Технологический, маркетинговый</b>	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
<b>ПК-5</b>	<b>Проектный</b>	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
<b>ПК-6</b>	<b>Проектный</b>	Проведение прикладных исследований	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
<b>ПК-7</b>	<b>Проектный</b>	Проведение прикладных исследований	Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
	<b>Заключительный</b>	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 эконом. вузов, обучающихся по спец. "Реклама" и эконом. 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. Ученов В. В. История рекламы [Текст]: учеб. для студентов вузов / В. В. Ученов, 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](http://www.e.lanbook.com) Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- ЭБС ЮРАЙТ, Режим доступа [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru) Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- ООО НЭБ Режим доступа [www.eLIBRARY.ru](http://www.eLIBRARY.ru) Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей.