

Паспорт и программа формирования компетенции

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Профиль «Реклама и связи с общественностью»

1. Паспорт компетенции

1.1. Формулировка компетенции

Выпускник, освоивший основную профессиональную образовательную программу, должен обладать компетенцией:

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

1.2. Место компетенции в совокупном ожидаемом результате обучения

Компетенция относится к блоку универсальных компетенций и является обязательной для всех выпускников в соответствии с требованиями ОПОП.

1.3. Структура компетенции

Структура компетенции в терминах «знать», «уметь», «владеть»

знать

- историческое своеобразие философских учений, специфику понятий, взаимосвязи между философскими учениями;
- историко-культурную специфику философских категорий и понятий;
- основные периоды истории античной философской мысли, об историко-культурном контексте философских учений;
- авторов античных философских концепций, их произведения и доктрины, философские школы;
- основные этапы развития средневековой философии, ее направления и школы, их представителей;
- сущность идей гуманизма в философии эпохи Возрождения;
- идеи и ценности философии Нового времени;
- основных представителей немецкой классической философии;
- специфику развития философской мысли после Канта и Гегеля;
- важнейшие направления и школы современной западной философии;
- основные идеи ключевых персоналий философской традиции XX-XXI столетий и стратегии решения основных проблем современной философии;
- смысл терминов «постмодерн» и «постмодернизм»;
- социокультурный контекст формирования русской философии;
- отличительные черты русской философии, делающие ее оригинальным и самобытным феноменом;
- основные идеи и ключевых представителей философии западничества и славянофильства;
- причины, сделавшие спор о национальной идентичности центральным для русской философии и культуры как таковой;
- основные понятия философии В.С. Соловьева;
- философские взгляды Ф.М. Достоевского и Л.Н. Толстого;
- специфику развития марксистской теории и практики в условиях русской культуры;
- истоки и основную проблематику русского космизма;
- основных представителей русского экзистенциализма и интуитивизма;

- основные тенденции, проблемы и идеи русской религиозной философии Серебряного века;
- основных представителей философии русского зарубежья;
- возможности Интернет-технологий в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере (УК-1);
- виды и основные характеристики интернет-рекламы (ОПК-6);
- сущностные характеристики, виды блогов, требования к контенту для блогов (УК-1, ОПК-6);
- теоретические и практические аспекты, необходимые для осмысления современных методов и технологий, используемых в организации и управлении общественными связями; базовый понятийный аппарат, необходимый для восприятия и осмысления информационно-коммуникационных процессов в органах государственной и муниципальной власти;
- специфические особенности функционала и практики связей с общественностью в системе государственного управления; содержание основных направлений PR-работы в органах государственной и муниципальной власти; основные сферы приложения PR-технологий в сфере государственного управления и публичной политики;
- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; модели консалтинговых услуг (УК-1);
- базовые модели корпоративной социальной ответственности и ее роль в решении социальных проблем; особенности формирования корпоративной социальной ответственности в деятельности российского бизнес-сообщества; технологию проведения социологических и маркетинговых исследований (ОПК-2);
- основные этапы, структуру и принципы исследования, место исследовательских технологий в проектировании и прогнозировании развития организации;
- теоретические основы построения ситуационного анализа, определения типа ситуации и направлений работы;
- особенности построения процесса проектного управления., типы уровней внутриорганизационных структур и связей;
- формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах исследовательской работы;
- виды методов исследования, специфику их применения;
- требования к подготовке индивидуального отчета о практической деятельности;
- формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах работы;
- основы деловых коммуникаций и профессионального взаимодействия в профессиональной деятельности, рекламные технологии;
- приемы и формы деловой коммуникации, работы с информационными источниками и материалами, в т. ч. интернет-источниками; основные нормативно-правовые документы организаций и учреждений, работающих в сфере рекламы и связей с общественностью;
- способы осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; способы решать стандартные задачи профессиональной деятельности; основы делового общения и деловых коммуникаций в профессиональной деятельности, критерии выбора определенных СМИ для распространения рекламного продукта, основы современного менеджмента в отделах, агентствах по рекламе и связям с общественностью;
- основные виды и характеристику направлений деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью;
- технологии и инструменты рекламы и связей с общественностью, направленные на продвижение организации и взаимодействие с общественностью;
- актуальные профессиональные задачи в области научно - исследовательской и практической деятельности в соответствии с профилем подготовки и соответствующие научно - практические методы их решения;
- изученный в процессе обучения материал и подготовить план, включающий основные содержательные составляющие ответа на вопрос;

уметь

- читать и комментировать оригинальные философские тексты, формулировать их смысл в современных терминах, реконструировать философские дискуссии прошлого и соотносить с ними проблематику современной философии;
- сравнивать идеи немецкой классической философии и формы ее рецепции и интерпретации в трактовках современных философских направлений;
- объяснять смысл философских теорий XIX века;
- обнаруживать взаимосвязи между философскими учениями;
- осуществлять сравнительный анализ основных парадигмальных установок классической и современной западной философии;
- применять полученные знания к анализу актуальных проблем современности;
- анализировать русскую философию в контексте национальной и мировой культуры;
- осуществлять компаративистский анализ идей западников и славянофилов;
- читать и интерпретировать тексты религиозно-философской направленности;
- выделять теоретическую, практическую и ценностную значимость русского космизма в контексте современности;
- выявлять эвристический потенциал изучаемых подходов и концепций;
- разрабатывать структуру и контент сайта (ОПК-6);
- создавать рекламу в социальных сетях, на форумах, в блогах, в мессенджерах (УК-1);
- создавать и вести блог по социально-культурной тематике (УК-1);
- придерживаться принципов открытости и готовности к диалогу при осуществлении полномочий в рамках государственного и муниципального управления; организовывать публичные мероприятия в сфере государственного управления с целью информирования общественности; содействовать улучшению имиджа органов государственной власти и повышению её легитимности;
- применять современные методы анализа деятельности PR-служб в органах власти; применять навыки технологического обеспечения работы PR-служб органов власти с общественностью;
- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; проводить успешную презентацию проектов, выполненных работ, результатов исследований для заказчика (УК-1, ОПК-2);
- управлять социальными программами компании; проводить оценку стратегического плана компании (УК-1);
- дифференцировать виды исследований в зависимости от запроса и социальной ситуации. Определять стратегии развития организации;
- структурировать анализ ситуации и корректировать в соответствии со структурой и спецификой организации;
- обобщать и дифференцировать особенности управленческих решений, определять различные уровни исполнительских действий;
- составлять и обсуждать с научным руководителем план дипломной работы, выделять проблемные моменты;
- составлять программу эмпирического исследования с обоснованием методологического аппарата;
- обосновать и представлять индивидуальный отчет на заключительной конференции по практике;
- составлять и обсуждать с руководителем план практической деятельности, выделять проблемные моменты;
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности;
- анализировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в конкретной организации под руководством специалиста;
- планировать и проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; подбирать исследовательский материал, систематизировать его состав и сферу применения; определять выбор рекламных носителей для решения конкретных целей и задач, составлять вопросы для проведения рекламного брифа, составлять оптимальные медиапланы, проводить первичный рекламно-маркетинговый анализ, участвовать в деловых переговорах;

- применять знания по формированию публичного капитала организации, взаимодействию со СМИ;
- систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных научных и практических задач в профессиональной сфере;
- проанализировать предложенную основную и дополнительную литературу, а также тексты лекций по соответствующим дисциплинам, и выбрать материал, который может составить содержание ответа;

владеть

- навыками выявления исторического своеобразия философских учений;
- навыками чтения и интерпретации философских и теологических текстов и анализа основных философских и теологических проблем;
- навыками интерпретации смены парадигм в философии второй половины XIX века;
- философской терминологией в аспекте ее исторического развития;
- навыками обоснования значения, места и роли новейших направлений современной философии в истории мировой философии и культуры;
- навыками выявления взаимосвязи между философскими идеями и социокультурным контекстом, в котором они формируются;
- навыками соотнесения философских смыслов произведений русской литературной классики с актуальными проблемами современного общества;
- навыками формирования обоснованной позиции по изучаемой проблеме;
- приемами создания сайта, используя конструктор сайтов (УК-1, ОПК-6);
- опытом размещения контента на ресурсах сети Интернет (сайты, социальные сети, YouTube каналы, Instagram и пр.) (ОПК-6);
- опытом работы и взаимодействия в социальных сетях (ОПК-6);
- представлениями о роли связей с общественности в сфере государственного управления; базовыми навыками управления информационными потоками в системе «государство – общество»; методами воздействия на общественное мнение и мобилизации общественной поддержки деятельности государственной власти;
- навыками общения с журналистами и выступления в СМИ; навыками публичного диалога с активистами общественных и политических объединений; навыками привлечения «общественников» и политических активистов к консультированию, проектной деятельности, экспертизе решений в сфере государственного и муниципального управления;
- технологией «Легкого консалтинга»; традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа (ОПК-2);
- инструменты реализации социальных программ компании; технологией создания консалтингового проекта (УК-1, ОПК-2);
- навыками проведения основных исследований в организации- сбора и обработки данных, интерпретации, качественной и количественной обработки;
- приемами проведения общего и развернутого ситуационного анализа, определения "проблемных точек" кейса, рисков и возможностей;
- навыками применения проектных особенностей в проведении ситуационного анализа и выработки управленческих решений;
- теоретическими знаниями в области изучаемой проблемы;
- общими методами построения исследовательской работы;
- навыками оформления и анализа результатов исследования в законченный вариант;
- профессиональными знаниями в области ПР-документации, копирайтинга, рекламной коммуникации, делового общения;
- навыками оформления и анализа результатов практики в законченный вариант;
- основными видами и направлениями деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью;
- навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками копирайтинга; делать обоснованные выводы, использовать базовые теоретические и практические знания, полученные в процессе обучения; навыками составления оптимальных медиапланов, навыками

работы в профессиональной сфере по производству эффективных рекламных и коммуникационных продуктов и мероприятий;

- методами прикладных исследований;
- методикой представления результатов научной и практической деятельности в формах отчетов, рефератов, публикаций и дискуссий;
- профессиональными навыками для решения научно - исследовательских проблем исследования и умением представления и публичной защиты результатов исследования;
- знаниями и навыками по решению теоретических и практических задач, имеющих определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников.

1.4. Планируемые уровни сформированности компетенции

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
1	Пороговый (базовый) уровень (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	???
2	Повышенный (продвинутый) уровень (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	???
3	Высокий (превосходный) уровень (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	???

2. Программа формирования компетенции

2.1. Содержание, формы и методы формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Содержание образования в терминах «знать», «уметь», «владеть»	Формы и методы
1	Зарубежная философия	знать: – историческое своеобразие философских учений, специфику понятий, взаимосвязи между философскими учениями – историко-культурную специфику философских	лекции, практические занятия

		категорий и понятий – основные периоды истории античной философской мысли, об историко-культурном контексте философских учений – авторов античных философских концепций, их произведения и доктрины, философские школы – основные этапы развития средневековой философии, ее направления и школы, их представителей – сущность идей гуманизма в философии эпохи Возрождения – идеи и ценности философии Нового времени – основных представителей немецкой классической философии – специфику развития философской мысли после Канта и Гегеля – важнейшие направления и школы современной западной философии – основные идеи ключевых персоналий философской традиции XX-XXI столетий и стратегии решения основных проблем современной философии – смысл терминов «постмодерн» и «постмодернизм» уметь: – читать и комментировать оригинальные философские тексты, формулировать их смысл в современных терминах, реконструировать философские дискуссии прошлого и соотносить с ними проблематику современной философии – сравнивать идеи немецкой классической философии и формы ее рецепции и интерпретации в трактовках современных философских направлений – объяснять смысл философских теорий XIX века – обнаруживать взаимосвязи между философскими учениями – осуществлять сравнительный	
--	--	---	--

		анализ основных парадигмальных установок классической и современной западной философии – применять полученные знания к анализу актуальных проблем современности владеть: – навыками выявления исторического своеобразия философских учений – навыками чтения и интерпретации философских и теологических текстов и анализа основных философских и теологических проблем – навыками интерпретации смены парадигм в философии второй половины XIX века – философской терминологией в аспекте ее исторического развития – навыками обоснования значения, места и роли новейших направлений современной философии в истории мировой философии и культуры	
2	Русская философия	знать: – социокультурный контекст формирования русской философии – отличительные черты русской философии, делающие ее оригинальным и самобытным феноменом – основные идеи и ключевых представителей философии западничества и славянофильства – причины, сделавшие спор о национальной идентичности центральным для русской философии и культуры как таковой – основные понятия философии В.С. Соловьева – философские взгляды Ф.М. Достоевского и Л.Н. Толстого – специфику развития марксистской теории и практики в условиях русской культуры – истоки и основную проблематику русского космизма – основных представителей	лекции, практические занятия, экзамен

		русского экзистенциализма и интуитивизма – основные тенденции, проблемы и идеи русской религиозной философии Серебряного века – основных представителей философии русского зарубежья уметь: – анализировать русскую философию в контексте национальной и мировой культуры – осуществлять компаративистский анализ идей западников и славянофилов – читать и интерпретировать тексты религиозно-философской направленности – выделять теоретическую, практическую и ценностную значимость русского космизма в контексте современности – выявлять эвристический потенциал изучаемых подходов и концепций владеть: – навыками выявления взаимосвязи между философскими идеями и социокультурным контекстом, в котором они формируются – навыками соотнесения философских смыслов произведений русской литературной классики с актуальными проблемами современного общества – навыками формирования обоснованной позиции по изучаемой проблеме	
3	Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере	знать: – возможности Интернет-технологий в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере (УК-1) – виды и основные характеристики интернет-рекламы (ОПК-6) – сущностные характеристики, виды блогов, требования к контенту для блогов (УК-1, ОПК-6) уметь: – разрабатывать структуру и	лекции, практические занятия, экзамен

		контент сайта (ОПК-6) – создавать рекламу в социальных сетях, на форумах, в блогах, в мессенджерах (УК-1) – создавать и вести блог по социально-культурной тематике (УК-1) владеть: – приемами создания сайта, используя конструктор сайтов (УК-1, ОПК-6) – опытом размещения контента на ресурсах сети Интернет (сайты, социальные сети, YouTube каналы, Instagram и пр.) (ОПК-6) – опытом работы и взаимодействия в социальных сетях (ОПК-6)	
4	Организация работы отделов по связям с общественностью в государственной и муниципальной службе	знать: – теоретические и практические аспекты, необходимые для осмысления современных методов и технологий, используемых в организации и управлении общественными связями; базовый понятийный аппарат, необходимый для восприятия и осмысления информационно-коммуникационных процессов в органах государственной и муниципальной власти – специфические особенности функционала и практики связей с общественностью в системе государственного управления; содержание основных направлений PR-работы в органах государственной и муниципальной власти; основные сферы приложения PR-технологий в сфере государственного управления и публичной политики уметь: – придерживаться принципов открытости и готовности к диалогу при осуществлении полномочий в рамках государственного и муниципального управления; организовывать публичные мероприятия в сфере	лекции, практические занятия, экзамен

		государственного управления с целью информирования общественности; содействовать улучшению имиджа органов государственной власти и повышению её легитимности – применять современные методы анализа деятельности PR-служб в органах власти; применять навыки технологического обеспечения работы PR-служб органов власти с общественностью владеть: – представлениями о роли связей с общественности в сфере государственного управления; базовыми навыками управления информационными потоками в системе «государство – общество»; методами воздействия на общественное мнение и мобилизации общественной поддержки деятельности государственной власти – навыками общения с журналистами и выступления в СМИ; навыками публичного диалога с активистами общественных и политических объединений; навыками привлечения «общественников» и политических активистов к консультированию, проектной деятельности, экспертизе решений в сфере государственного и муниципального управления	
5	Социокультурный консалтинг в рекламе и связях с общественностью	знать: – виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; модели консалтинговых услуг (УК-1) – базовые модели корпоративной социальной ответственности и ее роль в решении социальных проблем; особенности формирования корпоративной социальной ответственности в деятельности российского бизнес-сообщества; технологию проведения социологических и маркетинговых исследований	лекции, практические занятия, экзамен

		(ОПК-2) уметь: – выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; проводить успешную презентацию проектов, выполненных работ, результатов исследований для заказчика (УК-1, ОПК-2) – управлять социальными программами компании; проводить оценку стратегического плана компании (УК-1) владеть: – технологией «Легкого консалтинга»; традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа (ОПК-2) – инструменты реализации социальных программ компании; технологией создания консалтингового проекта (УК-1, ОПК-2)	
6	Управление исследованием и организация ситуационного анализа в проектировании	знать: – основные этапы, структуру и принципы исследования, место исследовательских технологий в проектировании и прогнозировании развития организации – теоретические основы построения ситуационного анализа, определения типа ситуации и направлений работы – особенности построения процесса проектного управления., типы уровней внутриорганизационных структур и связей уметь: – дифференцировать виды исследований в зависимости от запроса и социальной ситуации. Определять стратегии развития организации – структурировать анализ ситуации и корректировать в	лекции, практические занятия

		соответствии со структурой и спецификой организации – обобщать и дифференцировать особенности управленческих решений, определять различные уровни исполнительских действий владеть: – навыками проведения основных исследований в организации- сбора и обработки данных, интерпретации, качественной и количественной обработки – приемами проведения общего и развернутого ситуационного анализа, определения "проблемных точек" кейса, рисков и возможностей – навыками применения проектных особенностей в проведении ситуационного анализа и выработки управленческих решений	
7	Преддипломная практика	знать: – формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах исследовательской работы – виды методов исследования, специфику их применения – требования к подготовке индивидуального отчета о практической деятельности уметь: – составлять и обсуждать с научным руководителем план дипломной работы, выделять проблемные моменты – составлять программу эмпирического исследования с обоснованием методологического аппарата – обосновать и представлять индивидуальный отчет на заключительной конференции по практике владеть: – теоретическими знаниями в области изучаемой проблемы – общими методами построения исследовательской работы – навыками оформления и анализа результатов	

		исследования в законченный вариант	
8	Профессионально-ознакомительная практика	знать: – формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах работы – основы деловых коммуникаций профессионального взаимодействия в профессиональной деятельности, рекламные технологии – требования к подготовке индивидуального отчета о практической деятельности уметь: – составлять и обсуждать с руководителем план практической деятельности, выделять проблемные моменты – решать стандартные задачи профессиональной деятельности – обосновать и представлять индивидуальный отчет на заключительной конференции по практике владеть: – теоретическими знаниями в области изучаемой проблемы – профессиональными знаниями в области ПР-документации, копирайтинга, рекламной коммуникации, делового общения – навыками оформления и анализа результатов практики в законченный вариант	
9	Профессионально-творческая практика	знать: – приемы и формы деловой коммуникации, работы с информационными источниками и материалами, в т. ч. интернет-источниками; основные нормативно-правовыми документы организаций и учреждений, работающих в сфере рекламы и связей с общественностью – способы осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; способы решать	

		стандартные задачи профессиональной деятельности; основы делового общения и деловых коммуникаций в профессиональной деятельности, критерии выбора определенных СМИ для распространения рекламного продукта, основы современного менеджмента в отделах, агентствах по рекламе и связям с общественностью уметь: – анализировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в конкретной организации под руководством специалиста – планировать и проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; подбирать исследовательский материал, систематизировать его состав и сферу применения; определять выбор рекламных носителей для решения конкретных целей и задач, составлять вопросы для проведения рекламного брифа, составлять оптимальные медиапланы, проводить первичный рекламно-маркетинговый анализ, участвовать в деловых переговорах владеть: – основными видами и направлениями деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью – навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками копирайтинга; делать обоснованные выводы, использовать базовые теоретические и практические знания, полученные в процессе обучения; навыками составления оптимальных медиапланов, навыками работы в профессиональной сфере по производству эффективных рекламных и коммуникационных продуктов и мероприятий	
--	--	--	--

10	Учебная практика: Практика получению первичных умений и навыков	знать: – основные виды и характеристику направлений деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью – технологии и инструменты рекламы и связей с общественностью, направленные на продвижение организации и взаимодействие с общественностью уметь: – анализировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в конкретной организации под руководством специалиста – применять знания по формированию публичитного капитала организации, взаимодействию со СМИ владеть: – методами прикладных исследований – методикой представления результатов научной и практической деятельности в формах отчетов, рефератов, публикаций и дискуссий	
----	---	---	--

2.2. Календарный график формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Курсы									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Зарубежная философия		+								
2	Русская философия		+								
3	Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере			+							
4	Организация работы отделов по связям с общественностью в государственной и муниципальной службе				+						
5	Социокультурный консалтинг в рекламе и связях с общественностью					+					
6	Управление исследованием и организация ситуационного анализа в проектировании				+	+					

7	Преддипломная практика					+					
8	Профессионально-ознакомительная практика		+	+							
9	Профессионально-творческая практика			+	+						
10	Учебная практика: Практика получения первичных умений и навыков			+							

2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
1	Зарубежная философия	Подготовка доклада по вопросам практических занятий. Выполнение тестовых заданий. Выполнение письменной проверочной работы. Написание реферата (или эссе). Составление глоссария по ключевым терминам дисциплины. Зачет.
2	Русская философия	Экзамен. Подготовка доклада по вопросам практических занятий. Выполнение тестовых заданий. Выполнение письменной проверочной работы. Написание реферата (или эссе). Составление глоссария по ключевым терминам дисциплины.
3	Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере	Тесты по разделам. Проект по разделу 1. Проект по разделу 2. Кейс-задание. Зачет.
4	Организация работы отделов по связям с общественностью в государственной и муниципальной службе	Контрольная работа. Тест. Подготовка реферата. Кейс-задача. Зачет.
5	Социокультурный консалтинг в рекламе и связях с общественностью	Контрольная работа. Эссе. Подготовка реферата. Конспект научной статьи. Тест.
6	Управление исследованием и организация ситуационного анализа в проектировании	Тест. Выполнение реферата. Написание эссе. Представление проекта. Контрольная работа. Зачет.
7	Преддипломная практика	Планирование и подготовка дипломного исследования. Исследование (составление плана, методики, проведение и анализ результатов). Написание и оформление отчета. Защита отчета по практике.
8	Профессионально-ознакомительная практика	Ситуационное задание (выдается руководителем практики и согласовывается с ним). Знакомство с деятельностью специалиста по рекламе и связям с общественностью в организации. Анализ результатов и оформление отчета. Отчет о результатах практики. Рефлексия опыта самостоятельной научно-исследовательской деятельности. Выступление на студенческой

		конференции.
9	Профессионально-творческая практика	Ситуационное задание (выдается руководителем практики и согласовывается с ним). Знакомство с деятельностью специалиста по рекламе и связям с общественностью в организации. Анализ результатов и оформление отчета. Отчет о результатах практики. Рефлексия опыта самостоятельной научно-исследовательской деятельности. Выступление на студенческой конференции.
10	Учебная практика: Практика получению первичных умений и навыков	Ситуационное задание (выдается руководителем практики и согласовывается с ним). Знакомство с деятельностью специалиста по рекламе и связям с общественностью в организации. Анализ результатов и оформление отчета. Отчет о результатах практики. Рефлексия опыта самостоятельной научно-исследовательской деятельности. Выступление на студенческой конференции. Публикация тезисов доклада и статьи.