Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 26.08.2024 15:21:05
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

Аннотации рабочих программ практик
ОП направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», магистерской программы «Продюсирование в креативных индустриях», год набора 2024, форма обучения очно-заочная

Аннотация рабочей программы дисциплины «Производственная практика (Научно-исследовательская работа)»

1. Цели и задачи научно-исследовательской работы

Цель научно-исследовательской работы является выработка у обучающихся компетенций и навыков ведения самостоятельной научно-исследовательской работы в области рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии.

Задачи научно-исследовательской работы:

- развитие профессионального научно-исследовательского мышления магистранта;
- формирование четкого представления об основных способах решения задач, поставленных в ходе научно-исследовательской работы;
- определение научной проблематики по выбранной тематике научного исследования;
- обучение грамотному планированию научно-исследовательской работы;
- обучение грамотному использованию современных методов исследования при проведении научно-исследовательской работы;
- формирование культуры библиографической работы в рамках научно-исследовательской деятельности с привлечением современных информационных технологий;
- знакомство с методами обработки и анализа полученной в ходе научно-исследовательской работы информации;
- обучение способности критически оценивать результаты собственных исследований;
- содействовать развитию практических навыков коммуникативной деятельности;
- владеть методиками описания, анализа и прогнозирования коммуникационных процессов в сфере рекламы и PR;
- содействовать активизации научной деятельности магистров;
- уметь излагать полученные результаты в виде отчетов, докладов и научных публикаций.

2. Место научно-исследовательской работы в структуре ОП

Производственная практика (Научно-исследовательская работа) относится к обязательным дисциплинам блока Б2 «Практика» учебного плана образовательной программы магистратуры.

3.Требования к результатам прохождения практики

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, осуществляет её декомпозицию и определяет связи между ее составляющими
	ИУК-1.2. Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников
	ИУК-1.3. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом оценки существующих рисков и возможностей их минимизации
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ИОПК-1.2. Анализирует и учитывает изменения норм русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.1. Понимает тенденции развития общественных и государственных институтов
	ИОПК-2.2. Применяет многообразие методов анализа при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК-3.1. Применяет знания достижений отечественной и мировой культуры
	ИОПК-3.2. Понимает процесс создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	ИОПК-3.3. Анализирует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ИОПК-6.1. Владеет инстструментами медиапленнинга и медиабаинга

Компетенции	Индикаторы компетенций
ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.3. Определяет причинно-следственные связи эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия
	ИПК-1.2. Формулирует требования коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям
	ИПК-1.3. Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Знать:

- требования и критерии оценки, предъявляемые к магистерским научно-исследовательским работам;

Уметь:

- использовать научно-методическую литературу, нормативно-правовые акты (законы, распоряжения, кодексы, указы и т.д.), статистические данные, в качестве исследовательской и аналитической базы для собственных научных изысканий, аргументировать полученные результаты;

***Владеть*:** общенаучными и специальными методами анализа, навыками научно-исследовательской работы.

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Производственная практика (Научно-исследовательская)»

1. Цели и задачи научно-исследовательской практики

Целью научно-исследовательской практики является формирование и развитие профессиональных знаний в сфере избранной специальности, закрепление полученных теоретических знаний по дисциплинам направления и специальным дисциплинам магистерской программы, овладение необходимыми общепрофессиональными и профессиональными компетенциями по избранному направлению специализированной подготовки,

Основными **задачами** научно-исследовательской практики магистра направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» является:

- приобретение опыта в исследовании актуальной научной проблематик;
- развитие профессионального научно-исследовательского мышления магистранта;
- обучение грамотному использованию современных методов исследования при проведении научно-исследовательской работы;
- формирование культуры библиографической работы в рамках научно-исследовательской деятельности с привлечением современных информационных технологий;
- знакомство с методами обработки и анализа полученной в ходе научно-исследовательской работы информации;
- уметь излагать полученные результаты в виде отчетов, докладов и научных публикаций;
- подбор необходимых материалов для выполнения выпускной квалификационной работы - магистерской диссертации.

2. Место научно-исследовательской работы в структуре ОП

Производственная практика (Научно-исследовательская) относится к части, формируемой участниками образовательного процесса блока Б2 «Практика» учебного плана образовательной программы магистратуры. Модуль «Проекты и проектная деятельность».

3.Требования к результатам прохождения практики

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, осуществляет её декомпозицию и определяет связи между ее составляющими
	ИУК-1.2. Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников
	ИУК-1.3. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом оценки существующих рисков и возможностей их минимизации
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия
	ИПК-1.2. Формулирует требования коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям
	ИПК-1.3. Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Производственная практика (Профессионально-творческая)»

1. Цели и задачи практики

Целью профессионально-творческой практики является формирование у обучающихся углубленных представлений о конкретных творческих и(или) управленческих аспектах функционирования современных предприятий и подразделений индустрии рекламы и связей с общественностью, получение соответствующего специального опыта работы в профессиональном коллективе или в конкретном коммуникационном проекте.

Задачами практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности являются:

- закрепление знаний, умений и навыков, полученных магистрами в процессе изучения дисциплин магистерской программы в практической деятельности;
- самостоятельное пополнение, критический анализ и применение теоретических и практических знаний в сфере рекламы и PR в медиаиндустрии для собственных научных исследований;
- знакомство с содержанием основных работ и исследований в рекламе и PR в медиаиндустрии;
- участие в работе научных коллективов, проводящих исследования по основным вопросам коммуникаций, подготовка и редактирование научных публикаций;
- развитие творческого и научно-исследовательского подхода к решению профессиональных задач;
- овладение современными методами сбора, анализа и обработки научной информации по проблеме;
- знакомство с основными типами и видами организаций, ведущих коммуникационную деятельность;
- развитие навыков профессиональной рефлексии;
- совершенствование навыков проектирования, планирования, подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий;
- формирование стратегий, определение целей, разработка программ и проведение коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий, контроль и оценка их эффективности;
- поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования.

2. Место практики в структуре ОП

Производственная практика (Профессионально-творческая) относится к части, формируемой участниками образовательного процесса блока Б2 «Практика» учебного плана образовательной программы магистратуры. Модуль «Проекты и проектная деятельность».

3.Требования к результатам прохождения практики

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения
	ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта
	ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИУК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания
	ИУК-6.2. Определяет приоритеты профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям
	ИУК-6.3. Выстраивает собственную профессиональную траекторию, используя инструменты непрерывного образования, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности и динамично изменяющихся требований рынка труда
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия
	ИПК-1.2. Формулирует требования коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям
	ИПК-1.3. Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Компетенции	Индикаторы компетенций
	ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Знать:

- современную теорию, методологию и современные технологии рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии;

Уметь:

- использовать современные технические средства и коммуникативные технологии в осуществлении коммуникационной, научно-исследовательской и педагогической деятельности;

Владеть:

-технологиями поиска, систематизации и обработки информации, навыками деловой коммуникации, медиапланирования, подготовки проектной документации, подготовки и проведения рекламных и PR-кампаний.

4.Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Производственная практика (Педагогическая)»

1. Цели и задачи практики

Цель педагогической практики состоит в закреплении у обучающихся знаний в профессиональной сфере, а также в приобретении ими навыка педагога-исследователя, владеющего современными технологиями рекламы и PR, а также инструментарием науки для поиска и интерпретации информационного материала по рекламе и PR с целью его использования в педагогической деятельности.

Задачи педагогической практики:

- закрепить и расширить теоретические и практические знания, полученные магистрантами в процессе обучения;
- приобрести опыт организационной работы;
- приобрести опыт решения практических задач, требующих применения профессиональных знаний и умений;
- сформировать представления о содержании и процессе планирования учебного процесса;
- совершенствовать аналитическую и рефлексивную деятельность начинающих преподавателей;
- освоить педагогические технологии проведения учебных занятий по рекламе и PR с бакалаврами;
- приобрести опыт самостоятельной разработки тематического плана лекционных и семинарских занятий, составления списков обязательной и дополнительной литературы, вопросов к семинарам;
- выработать навыки самостоятельного проведения учебных занятий;
- изучение современных методов и методологии научного исследования, в наибольшей степени соответствующие магистерской программе «Реклама и связи с общественностью в медиандустрии».
- совершенствование представлений о современных образовательных информационных технологиях.
- проанализировать полученные в ходе практики навыки для подготовки отчета по практике.

2. Место практики в структуре ОП

Производственная практика (Педагогическая) относится к части, формируемой участниками образовательного процесса блока Б2 «Практика» учебного плана образовательной программы магистратуры.

3.Требования к результатам прохождения практики

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Компетенции	Индикаторы компетенций
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1. Демонстрирует управленческую компетентность, необходимую для формирования команды и руководства ее работой на основе разработанной стратегии сотрудничества

Компетенции	Индикаторы компетенций
	ИУК-3.2. Планирует, организует, мотивирует, оценивает и корректирует совместную деятельность по достижению поставленной цели с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов
	ИУК-3.3. Применяет способы, методы и стратегии оптимизации социально-психологического климата в коллективе, предупреждения и разрешения конфликтов, технологии обучения и развития профессиональной и коммуникативной компетентности членов команды
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке
	ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке
	ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия
	ИПК-1.2. Формулирует требования коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям
	ИПК-1.3. Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-2 Способен разрабатывать под руководством специалиста более высокой квалификации учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов, дисциплин (модулей) или отдельных видов учебных занятий программ бакалавриата и (или) ДПП	ИПК-2.1. Разрабатывает учебные курсы, дисциплины (модули) или отдельные виды учебных занятий программ бакалавриата и (или) ДПП
	ИПК-2.2. Реализует учебные курсы, дисциплины (модули) или отдельные видов учебных занятий программ бакалавриата и (или) ДПП
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Компетенции	Индикаторы компетенций
деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Знать:

– теоретический и практический материал по рекламным и коммуникационным технологиям, содержание основной учебной и методической литературы;

– педагогические и дидактические особенности донесения необходимой учебной и научной информации до обучающихся;

Уметь:

-устанавливать эффективную коммуникацию с обучающимися;

- подбирать, анализировать и структурировать материал, необходимый для проведения учебного занятия;

Владеть:

- технологиями педагогического мастерства;

- навыками пользования необходимыми техническими средствами при подготовке и проведении учебного занятия.

4.Объём практики и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Производственная практика (Преддипломная)»

1. Цели и задачи практики

Целью преддипломной практики является выработка у обучающихся , обучающихся по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» компетенций и навыков ведения самостоятельной исследовательской работы и профессиональной деятельности.

Задачи практики:

- приобретение опыта в исследовании актуальной научной проблемы в области рекламы в системе бизнес-коммуникаций;
- подбор необходимых материалов для выполнения выпускной квалификационной работы - магистерской диссертации;
- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью в бизнесе;
- анализ существующих форм организации коммуникаций; разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;
- анализ и моделирование процессов бизнес-коммуникаций;
- выявление и формулирование актуальных научных проблем в области рекламы в системе бизнес-коммуникаций;
- разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения;
- разработка методов и инструментов проведения исследований и анализа их результатов;
- разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация результатов;
- поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования.

2. Место практики в структуре ОП

Преддипломная практика является составной частью основной образовательной программы высшего профессионального образования и входит в блок Б2 «Практика»» ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

3.Требования к результатам прохождения практики

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Компетенции	Индикаторы компетенций
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ИОПК-1.1. Умеет планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	ИОПК-1.2. Анализирует и учитывает изменения норм русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Компетенции	Индикаторы компетенций
ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.1. Понимает тенденции развития общественных и государственных институтов
	ИОПК-2.2. Применяет многообразие методов анализа при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	ИОПК-2.3. Определяет способ освещения общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК-3.1. Применяет знания достижений отечественной и мировой культуры
	ИОПК-3.2. Понимает процесс создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	ИОПК-3.3. Анализирует многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ИОПК-4.1. Применяет многообразие методов анализа потребностей общества и интересов аудитории
	ИОПК-4.2. Определяет цели прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
	ИОПК-4.3. Понимает взаимосвязь целей прогнозирования спроса и потребностей общества и интересов аудитории на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.1. Представляет политические и экономические механизмы функционирования, правовых и этических норм регулирования
	ИОПК-5.2. Умеет выявлять и учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем в масштабе региона, страны и мира
	ИОПК-5.3. Анализирует актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем с учетом различных механизмов их функционирования
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс	ИОПК-6.1. Владеет инстструментами медиапленнинга и медиабаинга

Компетенции	Индикаторы компетенций
медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ИОПК-6.2. Применяет современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии в медиапроизводстве
ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1. Владеет инструментарием оценки и прогнозирования эффектов в медиасфере
	ИОПК-7.2. Понимает принципы социальной ответственности
	ИОПК-7.3. Определяет причинно-следственные связи эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия
	ИПК-1.2. Формулирует требования коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям
	ИПК-1.3. Осуществляет контроль за реализацией коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

4. **Объём практики и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 12 зачетных единиц (432 академических часа).