

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ
Декан ФСТ

УТВЕРЖДАЮ /В.П. Шалаев/
(Ф.И.О. декана (директора института))

01.03.2023 г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

М.2.1.1 Производственная практика. Научно-производственная практика

(указывается код, вид и тип практики по учебному плану)

Направление подготовки
(специальность)

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

Магистр

(бакалавр/магистр/специалист)

Программа магистратуры

Реклама и связи с общественностью в государственных,
коммерческих и некоммерческих организациях

Курс 2
Триместр 6

Распределение учебного времени

Трудоемкость по учебному плану	<u>6</u>	зачетных единиц
Продолжительность	<u>4 / 216</u>	недель / часов
Практические занятия	<u>-</u>	часов
Иная контактная работа	<u>6</u>	часов
Всего контактной работы	<u>6</u>	часов
Иные формы организации ОД	<u>210</u>	часов
Дифференцированный зачет	<u>-</u>	триместр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составили:

доцент с ученой степенью кандидата наук (должность)	СНиТ (кафедра)	СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар (И.О. Фамилия)
---	-------------------	-------------	--------------------------------

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена практика (раздел практики)

Кафедра социальных наук и технологий

(наименование кафедры)		
02.02.2023 (дата)	протокол №	4

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев (И.О. Фамилия)
---------------------	-------------	---------------------------------

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими) кафедрой(ами).

СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев (И.О. Фамилия)
---------------------	-------------	---------------------------------

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар (И.О. Фамилия)
-------------	--------------------------------

Эксперт: Михаил Ананьевич Винокуров, главный редактор газеты "Ваш новый день"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 06.03.2023 г.

Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

Раздел 1. ЦЕЛИ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Целью прохождения практики является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП компетенциям:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
1. ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	знания: Знать особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов умения: навыки:
	ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	знания: Знать процесс подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем умения: уметь управлять процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем навыки: Обладать навыками для управления процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем
2. ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Выявляет причинноследственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов	знания: Знать причинноследственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов умения: Уметь выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов навыки: Обладать навыками выявления причинноследственных связей в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов
	ОПК-2.2. Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	знания: Знать основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов умения: Уметь использовать результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов навыки: Владеть навыками анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
3. ОПК-3 Способен анализировать	ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и	знания: Знать этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса умения:

многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	мирового культурного процесса ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	навыки: знания: Знать и использовать достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов умения: Уметь использовать достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью навыки: Владеть навыками анализа и достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов
4. ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов	знания: Знать данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп умения: Уметь интерпретировать данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп навыки: Обладать навыками интерпретации данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп знания: Знать процесс изучения аудиторий и использовать его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов умения: Уметь организовать процесс изучения аудиторий и использовать его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов навыки: Владеть навыками организации процесса изучения аудиторий и использования его результатов, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов
5. ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	знания: Знать особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях умения: Уметь выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях навыки: Обладать навыками выявления особенностей политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном,

экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования	национальном и региональном уровнях знания: Знать выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывать коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования умения: умеет использовать выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов навыки: владеет навыками разработки коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования.
6. ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	знания: Знать глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности умения: умеет отслеживать глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности навыки: Владеть навыками отслеживания глобальных тенденций модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности
	ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	знания: Знать современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение умения: Уметь отбирать и внедрять в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение навыки: владеет навыками отбора и внедрения в профессиональную деятельность современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения
7. ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать	ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий	знания: Знать закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности

возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	умения: навыки:
	ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	знания: Знать принципы социальной ответственности, осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей умения: умеет применять при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности навыки: владеет навыками оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.
8. ПКО-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПКО-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства	знания: знает функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства умения: умеет выполнять функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства навыки: владеет функционалом руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства
	ПКО-1.2. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	знания: знает правила организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры умения: умеет организовать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры навыки: владеет навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
	ПКО-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью	знания: знает нормы контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью умения: умеет контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью навыки: владеет навыками умеет контроля и

		регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью
	ПКО-1.4. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы	знания: знает специфику функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии умения: умеет выстраивать работу подразделения на основе технологии организации коммуникационной работы навыки: владеет технологиями организации коммуникационной работы

Раздел 2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Проведение практики осуществляется стационарно, дискретно с выделенным периодом времени

Практика направлена на формирование у обучающихся расширенных представлений о концептуальном содержании и организации современных коммуникационных. Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания: Иностранный язык в профессиональной деятельности (ОПК-1); Разработка и продвижение контента (ОПК-1); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-2); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-3); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-4); Этические и правовые стандарты в рекламной деятельности (ОПК-5); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-5); Технология и практика копирайтинга (ОПК-6); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-6); Этические и правовые стандарты в рекламной деятельности (ПКО-1); Управление коммуникационными проектами (ПКО-1)

Данная практика является основой для продолжения формирования указанных компетенций в: Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-1); Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью (ОПК-1); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-1); Исследование целевых аудиторий (ОПК-2); Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-2); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-2); Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-3); Реклама в мировой культуре и искусстве (ОПК-3); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-3); Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе (ОПК-4); Исследование целевых аудиторий (ОПК-4); Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-4); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-4); Этические и правовые стандарты в рекламной деятельности (ОПК-5); Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-5); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-5); Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-6); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-6); Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе (ОПК-7); Этические и правовые стандарты в рекламной деятельности (ОПК-7); Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-7); Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-7); Преддипломная практика (ПКО-1); Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе (ПКО-1); Этические и правовые стандарты в рекламной деятельности (ПКО-1); Выполнение и защита

выпускной квалификационной работы (ПКО-1)

Раздел 3. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

№ п/п	Виды работ	
	Контактная работа	иные формы организации образовательной деятельности
1	Дневник практики, отчет студента, отзыв работодателя о практике студента. (6 часов)	Принять участие в работе над конкретным исследовательским проектом и решают задачи, применяя методику и инструментарий (100 часа)
2	Иная контактная работа: балльно-рейтинговый контроль (6 часов)	Проведение исследования. зачет (110 часа)
Итого	12	210

Раздел 4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

4.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ		
1	Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. Москва: Дашков и К, 2016. - 512 с. ISBN 978-5-394-02549-5.	http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70661
2	Шевченко, Д. А. Интегрированные коммуникации [Электронный ресурс] : энциклопедия / Д. А. Шевченко. Москва: Дашков и К, 2019. - 298 с. ISBN 978-5-394-03261-5.	https://e.lanbook.com/book/119250
3	Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Электронный ресурс] : научное издание / П. А. Кузнецов. 2-е: Дашков и К, 2018. - 131 с. ISBN 978-5-394-02789-5.	https://e.lanbook.com/book/103778
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ		
1	Справочно-правовая система Консультант+	http://www.consultant.ru
2	Информационно-правовой портал Гарант	http://www.garant.ru
3	Профессиональные справочные системы Техэксперт	http://www.cntd.ru

4.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	430 (I)	Телевизор Samsung 21 K3 (1), Экран на штативе 180*180см (1),	Microsoft Windows Enterprise, Справочная

		Комплект учебной мебели (1)	правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ- Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач
--	--	-----------------------------	--

Базой для проведения практики являются предприятия и организации:

ФГБОУ ВО "ПГТУ" кафедра социальных наук и технологий

Раздел 5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Критерии оценивания компетенций направлены на:

- качественный уровень прохождения практики;
- инициативу обучающегося, проявленную в период прохождения практики;
- умение провести защиту выполненной работы.

5.1. Текущий контроль успеваемости

В ходе прохождения практики проводится текущий контроль. В ходе текущего контроля проверяется соблюдение обучающимися правил внутреннего распорядка, качество и результаты работы, ход выполнения индивидуальных заданий по практике.

5.2. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация по результатам прохождения практики проводится в соответствии с «Положением о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования в ФГБОУ ВО «ПГТУ» и «Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ПГТУ».

Промежуточная аттестация позволяет определить степень достижения запланированных результатов обучения в процессе прохождения практики и проводится по фонду оценочных средств в ходе защиты отчета, содержащего аттестационный лист с компетенциями, заполненный руководителем практики.

Пример типовых контрольных вопросов

Дайте определение термину «научное направление».

2 Что является структурными единицами научного направления?

3 Перечислите этапы постановки (выбора) проблемы и темы.

4 Цель составления технико-экономического обоснования на проведение НИР.

5 Что включает методологический раздел рабочей программы научно-исследовательской работы?

6. Дайте определение терминам «естественный эксперимент», «искусственный эксперимент», «лабораторный эксперимент».

7. Что разрабатывают при планировании и определяют при проведении эксперимента?
8. Какие критерии качества необходимо знать для успешного выполнения измерений?
9. Перечислите показатели качества измерений.
10. Основные принципы и методы устранения систематических и случайных погрешностей.

Раздел 6. ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Программа переутверждена на заседании учебно-методической комиссии _____ (назв. факультета (института)) протокол № _____ от “ _____ ” _____ 20 _____ г.	Программа переутверждена на заседании кафедры _____ (название кафедры) протокол № _____ от “ _____ ” _____ 20 _____ г.
_____ (подпись, Ф.И.О. председателя)	_____ (подпись, Ф.И.О. зав. кафедрой)

Аттестационный лист прохождения практики

(Заполненный аттестационный лист прилагается к отчету по практике)

Код и наименование компетенции	Критерии оценивания			
	не сформированы	сформированы частично	сформированы в достаточном объеме	сформированы полностью
1. 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				
2. 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				
3. ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов				
4. ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты				
5. 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				
6. ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии				
7. ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя				

принципам социальной ответственности				
8. ПКО-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью				

Примечание: Укажите уровень освоения каждой компетенции, который, на Ваш взгляд, проявил обучающийся в период прохождения практики

Оценка результатов прохождения практики руководителем практики от организации, в которой проходила практика _____

Руководитель практики от организации, в которой проходила практика

(должность, Ф.И.О., подпись)

«_____» _____ 20__ г.