



**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»**



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

/ Ю.Ю. Михальчевский

« 21 » октября 2021 года

**ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ
(ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ
ПРАКТИКИ)**

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль)

Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

очная

Санкт-Петербург

2021

1 Цели учебной (профессионально-ознакомительной) практики

Целью «Учебной (профессионально-ознакомительной) практики» является получение первичных профессиональных умений и навыков решения задач профессиональной деятельности маркетингового, авторского, организационного и проектного типов, обучение профессиональным приемам, операциям и способам, необходимым для последующего формирования универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

2 Задачи учебной (профессионально-ознакомительной) практики

Задачами учебной (профессионально-ознакомительной) практики являются:

- изучить структуру, историю создания, цель, задачи и направления деятельности организации – базы практики;
- принять участие в проведении конкретного PR-, рекламного мероприятия; подготовить описание данного мероприятия, проанализировать средства и методы, использованные при реализации мероприятия;
- узнать специфику организации работы по связям с общественностью и рекламе в конкретной сфере, технологию подготовки и проведения PR- и рекламных мероприятий в конкретной сфере.

3 Формы и способы проведения учебной (профессионально-ознакомительной) практики

Учебная (профессионально-ознакомительная) практика проводится путем выделения в графике образовательного процесса непрерывного периода учебного времени (в неделях), предусмотренного ОПОП ВО (2 семестр, 6 недель).

Способы проведения учебной (профессионально-ознакомительной) практики:

- стационарная (в структурных подразделениях Университета: на кафедрах и факультетах и других научно-образовательных подразделениях Университета; в профильных организациях, расположенных на территории Санкт-Петербурга и его ближайших пригородах)
- выездная (в профильных организациях, расположенных вне Санкт-Петербурга).

4 Перечень планируемых результатов

Процесс прохождения учебной (профессионально-ознакомительной) практики направлен на формирование следующих компетенций:

Код компетенции	Результат обучения: наименование компетенции; индикаторы компетенции
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход и решения поставленных задач
ИД ¹ _{УК1}	Выполняет поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщает результаты анализа и решения поставленной задачи.
ИД ² _{УК1}	Использует системный подход и решения поставленных задач.
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
ИД ¹ _{УК5}	Анализирует современное состояние общества на основе знания истории
ИД ² _{УК5}	Интерпретирует проблемы современности с позиций этики и философских знаний.
ИД ³ _{УК5}	Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных цивилизаций
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
ИД ¹ _{УК6}	Эффективно планирует собственное время
ИД ² _{УК6}	Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ИД ¹ _{ОПК1}	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или)

	медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
ИД ² _{ОПК1}	Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов и их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ИД ¹ _{ОПК2}	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
ИД ² _{ОПК2}	Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ИД ¹ _{ОПК3}	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
ИД ² _{ОПК3}	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ИД ¹ _{ОПК4}	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
ИД ² _{ОПК4}	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-5	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
ИД ¹ _{ОПК5}	Знает совокупность политически, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ИД ² _{ОПК5}	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
ИД ¹ _{ОПК6}	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
ИД ² _{ОПК6}	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
ИД ¹ _{ОПК7}	Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
ИД ² _{ОПК7}	Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.
ПК-1	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами
ИД ¹ _{ПК1}	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью, в т.ч.

	предпринимательского.
ИД _{ПК1} ²	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, в т.ч. предпринимательской
ИД _{ПК1} ³	Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-3	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
ИД _{ПК3} ¹	Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
ИД _{ПК3} ²	Создает информационные поводы, сценарии специальных событий и мероприятий рекламной или PR- кампании, инструменты трансляции миссии и философии организации целевым аудиториям с учетом мирового и отечественного опыта

Планируемые результаты изучения на этапе учебной практики:

Знать:

- основные этапы работы и специфику создания коммуникационных продуктов разных форматов и жанров, их структурно-содержательные параметры с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа;

- основные критерии, определяющие достоинства и недостатки PR-специалиста

Уметь:

- проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- собирать, проверять и обрабатывать информацию о производстве контента;

- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Владеть:

- базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга

- навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, информационных поводов и кампаний и проектов, сценариев специальных событий и мероприятий и рекламной или PR-кампании, инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

5 Место учебной (профессионально-ознакомительной) практики в структуре ОПОП ВО

Учебная (профессионально-ознакомительная) практика базируется на результатах обучения, полученных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- Введение в коммуникационные специальности
- Современный русский язык
- Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях
- Теория и практика связей с общественностью
- Теория и практика рекламы
- Иностранный язык
- Культурология
- История рекламы и связей с общественностью
- Социология
- Логика и теория аргументации

Учебная (профессионально-ознакомительная) практика является обеспечивающей для дисциплин, практик:

- Ресурсное обеспечение авиабизнеса
- Имиджелогия
- Социология и психология рекламы и связей с общественностью
- Интегрированные коммуникации и брендинг
- Теория и практика связей с общественностью
- Теория и практика рекламы

Учебная (профессионально-ознакомительная) практика проводится во 2 семестре.

6 Объем учебной (профессионально-ознакомительной) практики

Общая трудоемкость учебной (профессионально-ознакомительной)

практики составляет 6 зачетных единиц, продолжительность 4 недели.

Промежуточная аттестация по учебной (профессионально-ознакомительной) практике проводится в форме зачета с оценкой.

7 Рабочий график (план) проведения учебной (профессионально-ознакомительной) практики

Разделы (этапы) практики	Содержание разделов (этапов) практики
Подготовительный этап	<ul style="list-style-type: none"> - прохождение инструктажа по технике безопасности в организации; - прохождение инструктажа на рабочем месте
Исследовательский этап	<ul style="list-style-type: none"> - изучение особенностей работы структурного подразделения организации; - изучение нормативно –правовых документов, регулирующих деятельность подразделения или организации; - составление опросного листа и формирование информационного портрета организации (внутренние и внешние коммуникации); - Ознакомление с видами и формами информационно-коммуникационной деятельности организации или подразделения
Экспериментальный этап	<ul style="list-style-type: none"> - сбор эмпирического материала и выполнения отчёта по учебной практике; - проведение социологического опроса
Производственный этап	<ul style="list-style-type: none"> - изучение структуры различных отделов рекламы и отделов связей с общественностью, организации их работы; - изучение видов деятельности отделов рекламы и отделов связей с общественностью; - получение первичных навыков работы в отделах рекламы и связей с общественностью - предоставление результатов опроса об информационном портрете организации руководству организации.

	–
Этап обработки и анализа полученной информации	– сбор и обработка статистического материала по деятельности организации
Этап подготовки отчёта по учебной практике.	– написание информационно-аналитического отчета о проведенной практике.

8 Формы отчетности

Если учебная практика проводится стационарно на базе Университета, то формой отчетности является письменный отчет о результатах прохождения учебной практики.

Если учебная (профессионально-ознакомительная) практика проводится стационарно в профильных организациях Санкт-Петербурга, или выездная, вне Санкт-Петербурга, то помимо письменного отчета о результатах прохождения учебной практики, практиканту требуется сь дневник практики с отзывом руководителя практики от профильной организации.

В отчете должны быть отражены следующие разделы: оглавление, введение, выполнение индивидуального задания, заключение, библиографический список. Объем отчёта составляет 5-10 страниц.

Отчёт выполняется на бумаге формата А4. Параметры печати: поля – верхнее и нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см, шрифт *Times New Roman*, размер 14, интервал - полуторный, нумерация страниц снизу справа.

Дневник практики студента содержит основные сведения о практике студента (вид, тип, форма, место проведения, сроки проведения, руководители практики), график прохождения практики, содержание и объем проделанной работы, отзыв руководителя практики от организации.

9 Фонд оценочных средств я проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной (профессионально-ознакомительной) практике

9.1 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности обучающихся по итогам прохождения учебной (профессионально-ознакомительной) практики

- 1 По окончании практики обучающийся защищает письменный отчет о результатах прохождения учебной практики.
- 2 При защите отчета учитываются: качество выполнения и оформление отчета, уровень владения докладываемым материалом, творческий подход к анализу материалов практик.

- 3 Оценка по практике приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов.
- 4 Студенты, не выполнившие программы практики по уважительной причине, направляются повторно на прохождение практики в свободное от учебы время.
- 5 Студенты, не выполнившие программы практик без уважительной причины, получают неудовлетворительную оценку.

9.2 Описание критериев оценивания уровня сформированности компетенций обучающихся

Промежуточная аттестация по практике проводится в форме зачета с оценкой.

Шкала оценивания	Характеристика сформированных компетенций
Зачтено на «Отлично»	<ul style="list-style-type: none"> — обучающийся глубоко и всесторонне усвоил материал при прохождении практики; — уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; — делает выводы и обобщения; — содержание отчета по практике обучающегося полностью соответствует требованиям к нему; — обучающийся соблюдает требования к оформлению отчета по практике; — обучающийся четко выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности; — обучающийся ясно и аргументировано излагает материал; — присутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; обучающийся точно и грамотно использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.
Зачтено на «Хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> — обучающийся всесторонне усвоил материал при прохождении практики; — уверенно, логично, последовательно

Шкала оценивания	Характеристика сформированных компетенций
	<p>и грамотно его излагает; — делает выводы и обобщения; — содержание отчета по практике обучающегося полностью соответствует требованиям к нему; — обучающийся соблюдает требования к оформлению отчета по практике; — обучающийся выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности; — обучающийся аргументировано излагает материал; — присутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; обучающийся грамотно использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.</p>
Зачтено на «Удовлетворительно»	<p>— обучающийся усвоил материал при прохождении практики; — излагает его и делает выводы не четко; — содержание отчета по практике обучающегося не полностью соответствует требованиям к нему; — обучающийся не до конца соблюдает требования к оформлению отчета по практике; — обучающийся недостаточно точно выделяет основные результаты своей профессиональной деятельности; — обучающийся аргументировано излагает материал; — присутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; обучающийся не использует профессиональную терминологию при защите отчета по практике.</p>
«Неудовлетворительно»/ «Незачтено»	<p>— обучающийся не усвоил материал при прохождении практики; — содержание отчета по практике обучающегося не соответствует</p>

Шкала оценивания	Характеристика сформированных компетенций
	требованиям к нему; — обучающийся не соблюдает требования к оформлению отчета по практике; — обучающийся не может выделить основные результаты своей профессиональной деятельности; — обучающийся не может аргументировано излагать материал; — отсутствует четкость в ответах обучающегося на поставленные вопросы; -обучающийся не может использовать профессиональную терминологию при защите отчета по практике.

В качестве методических материалов, определяющих процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих уровень сформированности компетенций обучающегося, используются локальные нормативные акты ФГБОУ ВО СПбГУ ГА:

- Положение о порядке проведения текущего контроля успеваемости и о порядке проведения промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета;

- Положение о практической подготовке обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата, специалитета, магистратуры.

9.3 Типовые контрольные задания я проведения промежуточной аттестации

Примерный перечень основных вопросов я анализа рекламной и PR деятельности предприятия в период прохождения учебной (профессионально-ознакомительной) практики:

1. Общие сведения о компании (организации):

- Полное наименование организации, логотип, торговая марка, юридический адрес и местоположение

- Организационно-правовая форма компании и её структура управления

- Философия, миссия компании и основные черты корпоративной стратегии, бизнесстратегий и предпринимательской политики в области производства, исследований и разработок, маркетинга, финансов, инноваций, персонала, сбыта и др.

- Основные продукты и (или) услуги, выпускаемые (предоставляемые) данной организацией, их краткую характеристику - Общий оборот реализации продукции (услуг)

- Общие затраты, в том числе производственные затраты, затраты на маркетинг и реализацию, административные расходы

- Прибыль предприятия

- Марочный капитал

2. Маркетинговые показатели:

- Продажи (объём и структура по товарам и рынкам).

- Доля рынка (по товарам и рынкам, сегментам рынка) и конкурентная позиция компании

- Лояльность и число клиентов (покупателей), динамика их количественного роста или сокращения, число недовольных клиентов, жалобы и рекламации.

- Организационные структуры маркетинга, рекламы и публичных отношений, распределение функций по службам

- Планирование и контроль маркетинговой деятельности. - Количество и характеристика проведенных маркетинговых исследований, в том числе в области рекламы и публичных отношений (самостоятельно или по заказам).

3. Показатели рекламной и PR-политики:

- ATL, BTL и PR-мероприятия (цели и затраты, график мероприятий).

- Формирование имиджа компании и её товаров (услуг)

- Промо-акции и другие используемые методы стимулирования сбыта

- Доля марочной продукции, узнаваемость марки.

- Спонсорство.

- Выставки, ярмарки.

- Эмблемы, логотипы, фирменный стиль.
- Расходы на рекламу и связи с общественностью
- Методы оценки эффективности рекламных мероприятий и результаты контроля
- Образцы положений о рекламной службе и её функциях положений о деятельности, должностных инструкций сотрудников.
- Заключение о необходимости регламентации управления в рекламной службе с учетом специфики деятельности компании

10 Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной (профессионально-ознакомительной) практики

а) основная литература:

- 1 Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие я вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Изельство Юрайт, 2018. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455249>.
- 2 Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие я вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Изельство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451046> (да обращения: 30.06.2021).

б) дополнительная литература:

- 3 Жернакова, М. Б. **Деловые коммуникации** : учебник и практикум я прикладного бакалавриата / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — М. : Изельство Юрайт, 2018. — 370 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-00331-4. — Режим доступа : <https://urait.ru/>.
- 4 Синяева, И. М. **Реклама и связи с общественностью** : учебник я бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — М. : Изельство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Режим доступа : <https://urait.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-425190>.
- 5 Чернышова, Л. И. **Этика, культура и этикет делового общения** : учебное пособие / Л. И. Чернышова. — М. : Изельство Юрайт, 2018. — 161 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-

5-534-02406-7. — Режим доступа: <https://urait.ru/book/etika-kultura-i-etiket-delovogo-obscheniya-413908> .

6 Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации. – СПб.: Питер, 2009

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

7 Журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.online-science.ru/>, свободный (а обращения: 21.01.2019).

8 Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.favt.ru/>, свободный (да обращения: 30.06.2021).

9 Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.raso.ru/>, свободный (да обращения: 30.06.2021).

г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1 Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/>, свободный (да обращения: 30.06.2021).

2 Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (да обращения: 30.06.2021).

3 Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный (да обращения: 30.06.2021).

4 Научно-информационное пространство Соционет [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (да обращения: 30.06.2021).

11 Материально-техническая база практики

Производственная база СПбГУ ГА:

- производственное, научно-исследовательское оборудование,
- аудитория с проектором и доступом в интернет (ауд. № 306, ауд. № 400),
- информационно-справочные и материальные ресурсы библиотеки СПбГУ ГА

- Техническое и иное оборудование отдела по связям с общественностью, довузовской подготовке и содействию трудоустройству выпускников (ауд.226)
- Техническое и иное оборудование Приемной комиссии ФГБОУ ВО СПбГУ ГА
- Техническое и иное оборудование, документация редакции многотиражной газеты «Академический вестник»
- Материалы и документация социологического центра.
- Техническое и иное оборудование аудитории 334 я защиты отчетов по практике.

Производственная база организации:


- производственное, научно-исследовательское оборудование организации;
- аудитории с проектором и доступом в интернет организации;
- информационно-справочные, распорядительные документы, должностные инструкции, аналитические справки и отчеты о целевых аудиториях, с которыми работает организация;
- Техническое и иное оборудование отдела по связям с общественностью и рекламы, пресс-службы организации;
- Техническое и иное оборудование, документация корпоративных СМИ организации;
- Материалы и документация по результатам маркетинговых и социологических исследований;
- Техническое и иное оборудование аудитории 334 я защиты отчетов по практике.

Программа учебной (профессионально-ознакомительной) практики составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».


Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 1 «Философии и социальных коммуникаций» 31 «08» 2021 года, протокол № 1.

Разработчики:

к.филос.н., доцент


 Майор М.Н.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)

к.филос.н., доцент

 Ягубова С.Я.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)

Заведующий кафедрой № 1 «Философии и социальных коммуникаций»

к. филос.н., доцент

 Майор М. Н.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)

Программа согласована:

Руководитель ОПОП ВО

к.филос.н., доцент

 Майор М.Н..
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета « 20 » 10 2021 года, протокол № 2.