

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Тюменский государственный нефтегазовый университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по УМР и ИР  
Майер В.В.

«    »    2014 г.



**ОТЧЕТ  
О САМООБСЛЕДОВАНИИ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ  
ПРОГРАММЫ  
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»**

*код, наименование*

Директор ИМиБ

 Ефремова В.В.

Заведующий кафедрой МиМУ

 Белоножко М.Л.

Отчет рассмотрен на Ученом  
совете ИМиБ

« 17 » 10 2014 г. протокол № 2

Тюмень, 2014

## **СТРУКТУРА ОТЧЕТА О САМООБСЛЕДОВАНИИ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

- 1 Введение
  - 2 Организационно-правовое обеспечение образовательной деятельности
  - 3 Общие сведения о реализуемой основной образовательной программе
    - 3.1 Структура и содержание подготовки специалистов
    - 3.2 Сроки освоения основной образовательной программы
    - 3.3 Учебные программы дисциплин и практик, диагностические средства
    - 3.4 Программы и требования к итоговой государственной аттестации
  - 4 Организация учебного процесса. Использование инновационных методов в образовательном процессе
  - 5 Качество подготовки бакалавров
    - 5.1 Оценка уровня требований при приёме обучающихся
    - 5.2 Текущий контроль и промежуточная аттестация
    - 5.3 Анализ результатов контроля знаний обучающихся в процессе самообследования
    - 5.4 Итоговая аттестация выпускников. Востребованность выпускников
  - 6 Кадровое обеспечение подготовки бакалавров
  - 7 Учебно-методическое, информационное и библиотечное обеспечение
    - 7.1 Обеспеченность основной и дополнительной учебной и учебно-методической литературой
    - 7.2 Учебно-методические материалы, разработанные преподавателями выпускающей кафедры
    - 7.3 Программно-информационное обеспечение учебного процесса
  - 8 Научно-исследовательская и научно-методическая деятельность профессорско-преподавательского состава и обучающихся
  - 9 Работа с предприятиями
  - 10 Материально-техническая база
  - 11 Воспитательная деятельность
  - 12 Информация об устранении недостатков, отмеченных в ходе предыдущей аккредитации
  - 13 Заключение и выводы
- Приложения к отчету (таблицы)

## 1 Введение

Подготовка дипломированных бакалавров по основной образовательной программе (ООП) по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» ведётся в ТюмГНГУ с 2011 года.

Право университета на подготовку бакалавров подтверждено лицензией Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки от 12 декабря 2011 года, серия ААА № 002438, рег. №2320, а также свидетельством о государственной аккредитации от 10.06.2014 г., рег. № 1015.

Подготовка бакалавров ведётся в институте менеджмента и бизнеса. Выпускающей кафедрой является кафедра маркетинга и муниципального управления. Год основания кафедры - 1994, зав. кафедрой – доктор социологических наук, профессор Белоножко Марина Львовна.

## 2 Организационно-правовое обеспечение образовательной деятельности

При реализации образовательной деятельности кафедра маркетинга и муниципального управления руководствуется следующими нормативными документами:

- Конституцией Российской Федерации;
- Федеральным законом РФ «Об образовании в Российской Федерации» N 273-ФЗ от 29.12.2012 г.;
- Законодательными актами Российской Федерации, нормативными актами Министерства образования и науки Российской Федерации;
- Уставом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования “Тюменский государственный нефтегазовый университет” (далее - ТюмГНГУ), утвержденным Приказом Министерства образования и науки от 25.05.11г. №1816 с изм. от 22.10.2012 г.;
- Положением о кафедре «Маркетинга и муниципального управления» Института менеджмента и бизнеса ( рассмотрено на Ученом Совете ИМиБ протокол №10 и утверждено директором ИМиБ СМК ПСП-120-01-10.2011);
- Решениями Ученого совета ТюмГНГУ, нормативными локальными актами университета, кафедры маркетинга и муниципального управления.

Организация учебного процесса регламентируется следующими нормативными актами:

- Типовое положение об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении), утвержденное Постановлением Правительства РФ от 14.02.2008 г. № 71;

- Положение об организации и проведении практики обучающихся по программам начального, среднего и высшего профессионального образования, утверждено ректором ТюмГНГУ 04.07.2012 г.;

- Положение о применении дистанционных образовательных технологий в Тюменском государственном нефтегазовом университете и его филиалах, утверждено 04 мая 2009 г.;

- Порядок формирования расписания учебных занятий в ТюмГНГУ, утверждено 17.05.2012г.

Основные подходы к определению содержания и методическому обеспечению реализации основных образовательных программ, контроль успеваемости, результатов текущей и промежуточной аттестаций обучающихся регламентируется следующими локальными актами:

- Положение о совете преподавателей по направлению подготовки, утверждено 01.06.2012 г.;

- Регламент работы методической комиссии учебных подразделений университета, утвержден 22.06.2012 г.;

- Требования к электронным учебно-методическим комплексам, утверждены 10.11.2011 г.;

- Методическое руководство по разработке учебно-методического обеспечения основных профессиональных образовательных программ начального, среднего и высшего профессионального образования, утверждено 25.04.2012 г.;

- Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости студентов ТюмГНГУ, утверждено 29.06.2012 г.;

- Положение о проведении текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся, утверждено 28.06.2011 г.

Итоговая государственная аттестация обучающихся осуществляется в соответствии с:

- Положением об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений Российской Федерации, утвержденным приказом Минобрнауки РФ от 25.03.2003 г. №1155.

**Вывод.** Обеспечено наличие необходимых организационно-правовых и нормативных документов университета, института и выпускающей кафедры.

### **3 Общие сведения о реализуемой основной образовательной программе**

Подготовка бакалавров по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» осуществляется на базе среднего (полного) общего образования со сроком обучения 4 года (по очной форме обучения) и 5 лет (по заочной форме), а на базе среднего профессионального образования со сроком обучения 3 года (по заочной форме).

По результатам приемной кампании 2012 гг. по сравнению с 2011 годом произошло увеличение количества принятых студентов на направление «Реклама и связи с общественностью» на 7 человек по очной форме обучения и уменьшение на 4 человека по заочной. В 2013 году набор

на первый курс очной формы остался на уровне 2012 года. На заочную форму обучения в 2013 и 2014 годах набор не проводился. В 2012 году 8 человек были зачислены на заочную форму со сроком обучения 3 года.

В 2014 году набор на первый курс проводился в соответствии с ФГОС 3+ на направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», было зачислено 20 человек на очную форму обучения.

По состоянию на 2014-2015 учебный год численность студентов направления «Реклама и связи с общественностью» составила соответственно 59 человек на очной форме обучения (2-4 курсы) и 30 человек на заочной форме обучения (3-4 курсы).

Динамику выпуска бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» отследить невозможно, т.к. первый выпуск будет осуществлен в 2015 году.

За анализируемый период бюджетные места на ОФО и ЗФО не выделялись, кроме 2011 года, когда Министерством образования и науки РФ было выделено одно бюджетное целевое место для студента из Республики Таджикистан.

Студенты по направлениям от предприятий и организаций на РСОб не обучаются.

За отчётный период за академическую неуспеваемость были отчислены 18 студентов очной формы обучения и 14 заочной формы. Пять студентов очной формы и 6 заочной формы обучения отчислены по собственному желанию в связи со сменой места жительства и переводом в другие вузы. Пять студентов очной формы перешли на заочную форму. Таким образом, сохранность контингента по очной и заочной формам обучения составила 68% и 58% соответственно, что объясняется несоответствием уровня обучения отчисленных студентов требованиям ФГОС. В разрезе групп сохранность контингента выглядит следующим образом:

МРСОб-13 – 75%; МРСОб-12 – 75%; МРСОб-11 – 43%.

МРСОбз-12 – 63%, МРСОбз-11 – 52%, МРСОбзс-75%.

По окончании бакалавриата по направлению «Реклама и связи с общественностью» студенты имеют возможность поступить в магистратуру. Подготовка магистров по рекламе и связям с общественностью также осуществляется кафедрой маркетинга и муниципального управления по заочной форме обучения на базе высшего (бакалавриат и специалитет) образования со сроком обучения 2,5 года. Все магистранты обучаются по договорной форме. Бюджетных мест на программу «Реклама и связи с общественностью» не предоставлялось.

Таким образом, подготовка бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» осуществляется в соответствии с требованиями организационно-распорядительных документов, соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта.

### 3.1 Структура и содержание подготовки специалистов

ООП, реализуемая по направлению подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью», представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную в ФГБОУ ВПО ТюмГНГУ с учетом потребностей регионального рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (далее - ФГОС ВПО) по направлению подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью», а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы.

В структуру ООП входят:

**I.** Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования (далее - ФГОС ВПО) по направлению подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью».

Цели и задачи основной образовательной программы по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» формируются на основании ФГОС ВПО, Устава университета, региональных аспектов, запросов потребителей, в соответствии с миссией университета и компетентностной моделью выпускника – бакалавра.

В области обучения **целью** ООП ВПО по данному направлению подготовки является: подготовка в области основ гуманитарных, социальных, экономических, математических и естественнонаучных наук, получение высшего профессионально-профилированного (на уровне бакалавра) образования, позволяющего выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности, обладать универсальными и предметно-специализированными компетенциями, способствующими его социальной мобильности и устойчивости на рынке труда.

В области воспитания личности целью ООП ВПО по данному направлению подготовки является формирование социально-личностных качеств студентов: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, гражданственности, коммуникативности, толерантности.

**Задачи** ООП ВПО по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» в соответствии с видами профессиональной деятельности:

1) обеспечить реализацию требований соответствующего ФГОС ВПО;  
2) обеспечить социально-необходимое качество высшего профессионального образования на уровне не ниже, установленного требованиями соответствующего ФГОС ВПО;

3) обеспечить основу для объективной оценки фактического уровня сформированности обязательных результатов образования и компетенций у студентов на всех этапах обучения.

В соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению подготовки нормативный срок освоения ООП составляет 4 года.

Сроки освоения основной образовательной программы бакалавриата по заочной форме обучения могут увеличиваться на один год относительно нормативного срока, на основании решения Ученого совета университета.

Таблица 2

Сроки, трудоемкость освоения ООП и квалификация выпускников

Наименование ООП	Квалификация (степень)		Нормативный срок освоения ООП (для очной формы обучения), включая последипломный отпуск	Трудоемкость (в зачетных единицах)
	Код, в соответствии с принятой классификацией ООП			
ООП подготовки бакалавров	62	бакалавр (степень и (или) квалификация)	4 года	240 *)

\*) трудоемкость основной образовательной программы по очной форме обучения за учебный год равна 60 зачетным единицам.

Предшествующий уровень образования абитуриента – среднее (полное) или среднее профессиональное образование.

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем или среднем профессиональном образовании, или начальном профессиональном образовании, если в нем есть запись о получении предъявителем среднего (полного) общего образования в учреждении начального профессионального образования.

Абитуриенты, имеющие вышеуказанные документы, на основании заявления допускаются к вступительным испытаниям в соответствии с направлением подготовки. Для поступления по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» и дальнейшего обучения по данной образовательной программе необходимо пройти вступительные испытания по истории, обществознанию, русскому языку или предоставить результаты ЕГЭ.

При наличии достаточного количества баллов абитуриенты на конкурсной основе могут быть зачислены на очную или заочную формы обучения.

*Характеристика профессиональной деятельности бакалавров разрабатывается на основе ФГОС ВПО по направлению подготовки в соответствии с профилем и включает в себя:*

- область профессиональной деятельности бакалавров;
- объекты профессиональной деятельности бакалавров;
- виды профессиональной деятельности бакалавров;

- задачи профессиональной деятельности бакалавров.

*Область* профессиональной деятельности бакалавров по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» включает коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде; общественное мнение.

*Объектами* профессиональной деятельности бакалавров являются государственные структуры федерального, регионального, местного уровней; негосударственные учреждения и организации, общественные организации, СМИ, консалтинговые агентства, рекламные агентства, агентства по связям с общественностью, коммуникационные агентства, учреждения и организации политической, экономической, социальной, образовательной, научной, производственной, сервисной, культурной и других областей и сфер; рекламные подразделения и подразделения связей с общественностью коммерческих фирм и других организаций в различных сферах деятельности и различных отраслях народного хозяйства.

*Виды профессиональной деятельности бакалавров:*

- организационно-управленческая;
- проектная;
- коммуникационная;
- рекламно-информационная;
- рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая.

*Задачи профессиональной деятельности бакалавров:*

а) организационно-управленческая:

участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;

участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников;

б) проектная деятельность:

участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

подготовка проектной и сопутствующей документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

в) коммуникационная деятельность:

участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, участие в форматировании и поддержании корпоративной культуры;

участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;

г) рекламно-информационная деятельность:

разработка, подготовка в выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

д) рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;

участие в организации и проведении социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы, организации, товаров и услуг;

проведение рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг, сбор, обработка и анализ полученных данных;

подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; обработка и подготовка данных для анализа;

сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью;

составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов;

написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Компетенции выпускника как совокупный ожидаемый результат образования по завершении освоения ООП (компетентностная модель выпускника).



Рис.1. Компетентностная модель бакалавра рекламы и связей с общественностью

Выпускник по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» с квалификацией (степенью) «бакалавр» должен обладать общекультурными и профессиональными компетенциями, перечень которых представлен в ООП и совпадает с компетенциями, представленными в ФГОС.

Таблица 3

Компетенции выпускника как совокупный ожидаемый результат образования по завершении освоения ООП

Код компетенции	Название компетенции	Краткое содержание/определение и структура компетенции. Характеристика (обязательного) порогового уровня сформированности компетенции у выпускника вуза
1	2	3
<b>ПК</b>	<b>Профессиональные компетенции выпускника</b>	

ПК-1	- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;	<b>знать:</b> теорию рекламы и СО; <b>уметь:</b> применять знания в практической деятельности; <b>владеть:</b> технологиями рекламы и СО; способностью работать в организациях всех форм собственности и различных сфер деятельности
ПК-2	- владение знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах;	<b>знать:</b> специфику работы в различных организациях; принципы работы отделов интегрированных коммуникаций; <b>уметь:</b> применять теоретические знания в соответствии с целями и задачами организации; <b>владеть:</b> навыками практической деятельности в различных организациях;
ПК-3	- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные компании и мероприятия;	<b>знать:</b> теоретические основы функционирования коммуникаций в конкурентной среде; основы социологии и психологии массовых коммуникаций; принципы планирования, организации и оценки эффективности коммуникационных компаний; <b>уметь:</b> планировать, реализовывать и оценивать эффективность деятельности коммуникационных компаний и проведенных мероприятий; <b>владеть:</b> методами планирования, организации и оценки эффективности коммуникационных компаний;
ПК-4	- способность под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях;	<b>знать:</b> методики и техники подготовки, проведения и анализа результатов фокус-групп и опросов; <b>уметь:</b> проводить опросы общественного мнения, фокус-группы; <b>владеть:</b> методиками проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в маркетинговых исследованиях;

ПК-5	- владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения;	<p><b>знать:</b> нормы современного русского литературного языка и культуры речи; особенности функциональных стилей; законы композиции текста; техники аргументации и убеждения; правила речевого этикета;</p> <p><b>уметь:</b> вести диалог, дискуссию, полемику; аргументированно отстаивать свою точку зрения;</p> <p><b>владеть:</b> навыками создания устных и письменных текстов; навыками публичного выступления с соблюдением законов логики и композиции; навыками ведения диалога, дискуссии, полемики;</p>
ПК-6	- обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга	<p><b>знать:</b> законы создания текстов и документов в сфере СО; основы литературного редактирования; теорию копирайтинга;</p> <p><b>уметь:</b> вести сопроводительную документацию проектов; фиксировать творческие идеи в грамотных рекламных и PR-текстах;</p> <p><b>владеть:</b> навыками создания PR-текстов и документов, используемых в сфере СО; навыками создания рекламных текстов;</p>
ПК-7	- обладание базовыми навыками бренд-менеджмента	<p><b>знать:</b> теоретические основы бренд-менеджмента;</p> <p><b>уметь:</b> применять маркетинговые техники к определенному продукту, линейке продуктов или брендов с целью повышения значимости продукта в восприятии потребителя, повышения ценности бренда;</p> <p><b>владеть:</b> технологиями бренд-менеджмента в коммерческой организации;</p>
ПК-8	- обладание базовыми навыками медиапланирования;	<p><b>знать:</b> принципы медиапланирования;</p> <p><b>уметь:</b> составлять оптимальный план размещения рекламных и информационных сообщений в СМИ на основе данных маркетинговых и медиаисследований;</p> <p><b>владеть:</b> навыками медиапланирования;</p>

ПК-9	- обладание базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых и общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами;	<b>знать:</b> основы психологии личности, психологии коммуникации; виды, средства, формы и методы коммуникации в рыночной среде; <b>уметь:</b> организовать работу в коллективе, поддерживать позитивные деловые и межличностные отношения, создавать необходимые контакты с внешней общественностью; <b>владеть:</b> навыками делового общения, ведения деловых переговоров; навыками создания сети деловых контактов;
ПК-10	- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;	<b>знать:</b> принципы ведения диалога, дискуссии, полемики, деловых переговоров; техники аргументации; <b>уметь:</b> формулировать собственную точку зрения; понимать и объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы; давать аргументированные ответы; <b>владеть:</b> способностью к деловой коммуникации; техникой аргументации и убеждения;
ПК-11	- способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий;	<b>знать:</b> методики и техники проведения наблюдений, экспериментов, исследований в профессиональной области; <b>уметь:</b> понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий; <b>владеть:</b> навыками проведения наблюдения, эксперимента, исследования;
ПК-12	- способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;	<b>знать:</b> теоретические основы рекламы и связей с общественностью; <b>уметь:</b> применять полученные знания на практике; <b>владеть:</b> навыками планирования, организации и оценки эффективности рекламной и PR-кампании;
ПК-13	- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве;	<b>знать:</b> принципы работы отделов интегрированных коммуникаций; специфику работы разных организаций в сфере рекламы и СО; <b>уметь:</b> писать статьи, пресс-релизы, вести блоги, участвовать в социальных сетях, осуществлять информационную поддержку корпоративного сайта; <b>владеть:</b> навыками работы в разных организациях в сфере рекламы и СО;

ПК-14	- умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия;	<b>знать:</b> основы социологии и психологии массовых коммуникаций; принципы планирования, организации и оценки эффективности рекламных и PR-кампаний; <b>уметь:</b> планировать и разрабатывать рекламную и коммуникационную кампанию; <b>владеть:</b> навыками планирования, организации и оценки эффективности рекламной и PR-кампании;
ПК-15	- умение использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации;	<b>знать:</b> методики и техники проведения маркетинговых исследований, опросов потребителей; <b>уметь:</b> проводить социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы, организации, товаров и услуг; <b>владеть:</b> навыками проведения маркетинговых исследований и опросов;

**II.** Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП по направлению.

1. Учебный план (разработанный в программе Gosinsp).
2. Матрица компетенций.
3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей).
4. Программа учебной практики.
5. Программа производственной практики.

*Учебный план.*

Анализ рабочих учебных планов и ФГОС по направлению показал их полную идентичность по каждому циклу (табл. 4):

- гуманитарный, социальный и экономический цикл;
- математический и естественнонаучный цикл;
- профессиональный цикл;

Таблица 4

Соответствие содержания подготовки требованиям федерального государственного образовательного стандарта по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

№ п/п	Наименование показателя	Гуманитарный, социальный и экономический цикл	Математический и естественнонаучный цикл	Профессиональный цикл	Общая оценка
1	2	3	4	5	6
1	Учебный план	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует

2	Рабочие программы учебных дисциплин (требования к подготовке бакалавра)	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует
3	Обеспеченность источниками учебной информации, предусмотренной программам и учебных дисциплин	соответствует	соответствует	соответствует	соответствует

В учебном плане направления представлены дисциплины, отражающие актуальные вопросы развития теории и практики рекламы и связей с общественностью: «Основы рекламы и связей с общественностью», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Менеджмент рекламы и связей с общественностью», «Организация кампаний в сфере коммуникаций», «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Современная пресс-служба» и другие.

Учебный план по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» разработан и реализуется в точном соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом.

Перечень дисциплин учебного плана и их содержание соответствуют федеральному государственному стандарту по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» (табл. 4).

Таблица 5

Соответствие объема зачетных единиц циклов дисциплин рабочего учебного плана требованиям ФГОС по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

п/п	Наименование показателя	Гуманитарный, социальный и экономический цикл	Математический и естественнонаучный цикл	Профессиональный цикл
1.	ФГОС	65	15	122
2	Рабочий учебный план	65	15	122
3	Общая оценка	соответствует	соответствует	соответствует

Анализ рабочего учебного плана по перечню дисциплин и объему зачетных единиц по циклам (гуманитарный, социальный и экономический; математический и естественнонаучный; профессиональный) базовой части в полной мере соответствуют ФГОС, а перечень дисциплин и логика их построения свидетельствует о системной подготовке бакалавров.

Формы текущей промежуточной аттестации по дисциплинам направления установлены рационально, каждый семестр составляются графики проведения аттестаций с указанием форм контроля.

Соотношение теоретического и практического обучения за четырехлетний срок образования полностью соответствует требованиям ФГОС ВПО и осуществляется в соответствии с графиком учебного процесса. Теоретический курс обучения на 1 курсе длится 36 недель, на 2-3 курсе 36 недель, на 4 курсе 27 недель. Практическая подготовка по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» начинается с учебной практики (4 недели на первом курсе и 4 недели на втором) и закрепляется на 3-4 курсах в рамках производственной практики (4 недели на третьем курсе и 4 недели на четвертом).

*Рабочие программы учебных курсов, дисциплин.*

По всем учебным дисциплинам имеются рабочие программы, которые соответствуют требованиям к содержанию подготовки выпускников, определенным ФГОС.

Рабочие программы учебных курсов дисциплин по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» полностью соответствуют образовательным программам ВПО, требованиям Руководства по разработке, оформлению рабочей программы дисциплины.

В них включены следующие разделы:

1. Цели и задачи дисциплины.
2. Место данной дисциплины в структуре ООП.
3. Требования к результатам освоения дисциплины.
4. Содержание дисциплины.
  - 4.1. Содержание разделов и тем дисциплины.
  - 4.2 Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами.
    - 4.3. Разделы (модули) и темы дисциплин и виды занятий.
    - 4.4 Перечень тем лекционных занятий.
    - 4.5 Перечень тем семинарских, практических занятий или лабораторных работ.
    - 4.6 Перечень тем самостоятельной работы.
  5. Примерная тематика курсовых проектов (работ).
  6. Рейтинговая оценка знаний студентов.
  7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.
  8. Карта обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой.

### *Программы практик.*

В соответствии с ФГОС ООП в качестве обязательного своего элемента должна содержать программы учебной и производственных практик. Организация практик может иметь различные формы, но при этом быть направлена на получение практических знаний и навыков профессиональной деятельности.

Целями практики в целом являются: закрепление полученных в вузе теоретических и практических знаний, а также адаптация к рынку труда по направлению «Реклама и связи с общественностью»; приобретение студентом опыта работы в отделах и департаментах рекламы и связей с общественностью государственных и коммерческих предприятий.

Содержание практики определяется кафедрой с учетом интересов и возможностей организации, в которой она проводится и регламентируется программой практики.

1. Учебная практика по направлению «Реклама и связи с общественностью» соотносится с общими целями ООП ВПО и направлена на закрепление теоретической подготовки студента и приобретение им первоначальных практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности. Учебная практика базируется на курсах «Социология», «Теория и практика массовой информации», «Стилистика и литературное редактирование», «Современный русский литературный язык». Прохождение учебной практики необходимо как предшествующее при прохождении производственных практик, освоении курсов «Социология массовой коммуникации», «Основы рекламы и связей с общественностью», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Современная пресс-служба» и др.

Задачами учебной практики по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» являются:

- а) закрепление теоретических знаний в области социологии, теории и практики массовой информации;
- б) овладение студентами практическими навыками исследовательской работы, журналистской деятельности.

Во время практики происходит закрепление и конкретизация результатов теоретического обучения, приобретение студентами умений и навыков практической работы по присваиваемой квалификации и избранному направлению подготовки, а также сбор необходимого материала для выполнения курсовых работ. В качестве основного места проведения практики выступают кафедра и вуз. Кроме того, студенты, проходящие учебную практику, могут привлекаться для проведения социологических опросов, маркетинговых исследований, осуществления функций журналиста по запросам организаций. Студенты очной формы обучения проходят учебную практику в соответствии с графиком учебного процесса по окончании весеннего семестра на 1-2 курсах, студенты заочной формы обучения - по окончании осеннего семестра на 2-3 курсах. Планом практики

определяются сроки сбора и обработки информации, необходимой для написания отчета, решения общих задач и достижения целей практики.

Продолжительность рабочего дня студентов при прохождении практики в организациях составляет для студентов в возрасте от 16 до 18 лет не более 36 часов в неделю (ст.92 ТК РФ), в возрасте от 18 лет и старше не более 40 часов в неделю (ст.91 ТК РФ). Для студентов в возрасте от 15 до 16 лет продолжительность рабочего дня при прохождении практики в организациях составляет не более 24 часов в неделю (ст. 91 ТК РФ).

Продолжительность учебной практики 4 недели (216 часов) в июне-июле, в ходе прохождения практики студент получает 6 зачетных единиц (кредитов).

2. Производственная практика по направлению «Реклама и связи с общественностью» является неотъемлемой частью системного изучения проблем общественных связей и рекламы и направлена на закрепление и углубление у студентов теоретических знаний в области рекламы и связей с общественностью, овладение практическими навыками работы специалиста по рекламе и связям с общественностью, приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

Задачами производственной практики являются:

- а) знакомство с организационной структурой и технологическим процессом подразделения по рекламе и связям с общественностью;
- б) изучение форм и механизмов информационного обмена внутри организации, формы работы подразделения с различными группами общественности;
- в) знание и освоение перечня основных обязанностей, закрепленных за специалистами;
- г) приобретение опыта профессиональной деятельности.

Производственная практика базируется на курсах «Основы рекламы и связей с общественностью», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Текст в рекламе и связях с общественностью», «Организация кампаний в сфере коммуникаций» и др. Производственная практика как часть основной образовательной программы является одним из основных этапов учебного процесса, проводится после освоения студентами базовых элементов программы теоретического и практического обучения и демонстрирует их готовность к будущей профессиональной деятельности.

Базами практики являются органы государственной исполнительной и законодательной власти, местного самоуправления, общественные организации, коммерческие структуры, в составе которых осуществляют свою деятельность соответствующие подразделения, службы, а также коммуникационные агентства. Студенты очной формы обучения проходят производственную практику в соответствии с графиком учебного процесса по окончании весеннего семестра на 3-4 курсах, студенты заочной формы обучения - по окончании осеннего семестра на 4-5 курсах. Планом практики

определяются сроки сбора и обработки информации, необходимой для написания отчета, решения общих задач и достижения целей практики.

### ***Ресурсное обеспечение.***

#### *Учебно-методическое и информационное обеспечение.*

Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта ВПО:

- 1) каждый обучающийся обеспечен доступом к электронно-библиотечной системе;
- 2) имеется возможность осуществления одновременного индивидуального доступа к такой системе не менее 25% обучающихся;
- 3) учебные издания приобретаются из расчета 25 экземпляров на 100 обучающихся. Обеспеченность дополнительной литературой допускается не менее 50 %.

Методическое обеспечение учебного процесса включает также внутривузовские издания и разработки - методические указания и рекомендации, конспекты лекций, компьютерные обучающие программы, тесты и др.

Реализация основной образовательной программы подготовки бакалавров обеспечивается доступом каждого студента к библиотечным фондам и базам данных, по содержанию соответствующим полному перечню дисциплин основной образовательной программы, наличием методических пособий и рекомендаций по всем дисциплинам и по всем видам занятий, курсовому и дипломному проектированию, практикам, а также наглядными пособиями, аудио-, видео- и мультимедийными материалами.

Для организации учебного процесса студентов функционирует библиотечно-информационный центр (БИЦ), в котором в достаточном количестве находится основная и дополнительная литература и доступ к электронным изданиям.

Библиотечные фонды в основном обеспечены учебниками и учебными пособиями по образовательным программам по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью». Обеспеченность учебниками, учебными пособиями на 1 студента соответствует необходимым нормативам. В пределах норматива находится обеспеченность услугами читального зала и компьютерных классов.

Библиотека регулярно присылает на кафедру прайс-листы различных издательств, выпускающих учебную и научную литературу. Кафедра делает заказы на выбранные издания, которые исполняются полностью. Обязательным требованием является обеспеченность предмета несколькими новыми (2-3) учебными пособиями, имеющими гриф УМО или Министерства в расчете соблюдения норматива обязательной литературы. Издания высокой научной значимости приобретаются в меньшем количестве и составляют фонд дополнительной литературы.

Обеспеченность учебного процесса обязательной учебно-методической литературой составляет в целом по циклам ГСЭ, ЕН и ПЦ по 1 экземпляру на одного студента. В библиотеке университета имеются электронные версии учебников и учебных пособий по данному направлению подготовки (Приложение 12,13).

Фонд дополнительной литературы составляют научные и учебно-научные издания специальной направленности. Они предназначены для углубленного изучения отдельных важных тем дисциплин. Они используются также как пособие и научные источники для выполнения индивидуальных заданий, контрольных работ, курсовых работ, выпускных работ, дипломных проектов и магистерских диссертаций. Приобретается дополнительная литература аналогично основной.

Студенты в процессе обучения могут воспользоваться профильными для их направления научными журналами как в традиционной форме на бумажном носителе, так и в виде полнотекстовых статей, из баз данных научных журналов, к которым имеется доступ по сети интернет. Объем профильных периодических изданий составляет порядка 5 наименований, таких как: «Советник», «Со-Общение», «PR в России и за рубежом», «Индустрия рекламы», «Рекламодатель: теория и практика». В читальных залах есть вся необходимая обязательная и дополнительная литература, периодические издания и справочно-информационная литература.

Преподаватели кафедры готовят учебные издания по собственной инициативе или по заказу учебно-методического управления университета, контролирующего обеспеченность читаемых кафедрой дисциплин учебной литературой внутривузовского издания. Научно-методическая работа осуществляется в направлении создания новых учебных пособий и методических материалов, разработке новых методических подходов и приемов.

Важной частью обязательной литературы по направлению являются издания преподавателей университета. Они обеспечивают минимальный необходимый уровень информационного обеспечения изучаемых дисциплин.

Программно-информационное обеспечение всех циклов дисциплин, в т.ч. наличие электронных учебников, доступ к базам данных, мультимедийных презентаций, программное обеспечение полностью соответствует необходимым требованиям подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Все внутривузовские издания учебных пособий, методических указаний и т.п. представлены в электронном виде. Кроме того, в фонде кафедры имеется набор приобретенных видеоматериалов, которые активно используются на практических занятиях.

Таким образом, наличие в библиотеке учебников, учебных пособий и дополнительной литературы, включая монографии и периодические научные издания, соответствует необходимым требованиям подготовки бакалавров.

Проведенный анализ обеспеченности кафедры учебно-методической литературой, информационными ресурсами показал, что в целом направление 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» обеспечено необходимой учебно-методической литературой. Соблюдаются единые требования к учебно-методическому обеспечению и системному обновлению содержания, увеличению библиотечного фонда и расширению использования программно-информационного обеспечения.

*Кадровое обеспечение.*

Реализация основной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» обеспечивается педагогическими кадрами кафедры МиМУ, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю подготовки специалистов и систематически занимающимися научной или научно-методической деятельностью; преподаватели дисциплин профессионального цикла, как правило, имеют ученую степень или достаточный опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере.

*Сведения об объеме учебной нагрузки по циклам дисциплин по ООП  
031600.62 «Реклама и связи с общественностью»*

Образовательный процесс по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» обеспечивают 28 преподавателей, в том числе: 6 профессоров, 16 доцентов, 4 ассистента и 2 старших преподавателя.

В целом острепененность всех преподавателей, ведущих занятия по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью», составляет 73%, в том числе профессора – 23%.

Базовое образование имеют 93% преподавателей, занятых в образовательном процессе по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью».

Таблица 6

Качественный состав преподавателей по направлению  
«Реклама и связи с общественностью» по циклам дисциплин

Цикл дисциплин	Острепененность преподавателей		в том числе доктора наук	
	Кол-во	%	Кол-во	%
гуманитарные и социально-экономические дисциплины	13	85	4	15
математические и естественнонаучные дисциплины	1	33	0	0
профессиональные	10	62	2	7

дисциплины				
Итого по направлению	24	73 %	6	23 %

Большинство преподавателей имеют опыт работы в вузе от 15 и более лет. Часть преподавателей (5 %) имеет стаж практической работы. Средний возраст сотрудников кафедры, работающих по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью», составляет 42 года.

Раз в 3 года в соответствии с требованиями ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» каждый преподаватель кафедры проходит курсы повышения квалификации.

Ежегодно в рамках университета проводятся различные методические и методологические семинары, в работе которых преподаватели кафедры принимают активное участие.

На кафедре регулярно проводятся учебно-методические семинары, основная тематика которых:

- 1) методика проведения лекционных и практических занятий по дисциплинам;
- 2) обсуждение особенностей рейтинговой оценки знаний студентов;
- 3) междисциплинарные связи;
- 4) обсуждение методических изданий кафедр;
- 5) обсуждение рабочих программ.
- 6) формы и методы организации СРС;
- 7) методическая обеспеченность кафедры, ее материальная база и перспективы развития кафедры.

Ежегодно на кафедре проводится методико-методологический семинар «Вузовская наука: теоретико-методологические проблемы подготовки специалистов в области экономики, менеджмента и права». По итогам работы семинара выпущены сборники научно-методических трудов. В настоящее время издано 11 выпусков, в них помимо преподавателей и сотрудников вузов участвуют и студенты. На семинаре обсуждается широкий круг проблем, связанных с повышением качества образовательных услуг, в том числе: новые направления в коммерческой и маркетинговой деятельности тюменских компаний; философия маркетинга в промышленной сфере; проблемы рекламы с учётом регионального аспекта; тенденции развития рынка бизнеса, образовательных услуг; тенденции развития местного самоуправления; формы общественного участия граждан в развитии территорий; создание единого информационного пространства для обучения студентов экономических специальностей; новые условия аттестации студентов: преимущества и недостатки.

Повышают свой теоретический уровень преподаватели кафедры на методологических семинарах, которые зачастую связаны с обсуждением докторских и кандидатских диссертаций.

Кадровое обеспечение соответствует требованиям ФГОС при подготовке бакалавров по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью».

*Основные материально-технические условия для реализации образовательного процесса.*

Материально-техническая база для ведения образовательной деятельности по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» полностью соответствует действующим санитарно-техническим нормам и обеспечивает проведение всех видов лабораторной, практической дисциплинарной и междисциплинарной подготовки и научно-исследовательской работы студентов, предусмотренных учебным планом данного направления подготовки.

Аудиторный фонд включает 7 учебных аудиторий по адресу: г. Тюмень, ул. Республики, 49/3, а также 21 учебную аудиторию по адресу: г. Тюмень, ул. 50 лет Октября, 38, которые используются согласно расписанию учебных занятий в 2 смены.

Для внедрения активных технологий в образовательный процесс профессорско-преподавательский состав кафедры применяет в обучении студентов следующие технические средства, имеющиеся на кафедре:

- 1) два компьютерных класса на 15 посадочных мест каждый (оснащен Интернет);
- 2) пять мультимедийных аудиторий, оснащенных современным оборудованием (проектор «Epson»; экран на штативе, ноутбук, доступ в корпоративную сеть, ПО Open Office);
- 3) аудио- и видеотехника;
- 4) цифровой фотоаппарат;
- 5) видеокамера;
- 6) копировальная техника;
- 7) цифровой дубликатор «Duplo».

На кафедре имеется библиотека прикладных программ, обеспечивающих требуемый уровень использования вычислительной техники. Осуществляется регулярное обновление учебно-лабораторного оборудования кафедры.

Занятия по физической культуре проводятся в спортивном зале, в котором оборудованы баскетбольные щиты, волейбольные стойки, гимнастические скамейки, шведские лестницы, тренажерный зал.

В целом материально-техническое обеспечение ООП по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» в ТюмГНГУ соответствует требованиям ФГОС и располагает достаточной материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов лабораторной, практической, дисциплинарной и междисциплинарной подготовки и научно-исследовательской работы студентов, предусмотренных учебным планом, и соответствующей санитарно-техническим нормам и противопожарным правилам.

Характеристиками социокультурной среды вуза, обеспечивающими развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников выступают: целостность учебно-воспитательного процесса, организация социально-воспитательной деятельности, нормативная база для управления социально-воспитательной деятельностью, социальная инфраструктура вуза, социальная поддержка студентов, научно-исследовательская работа студентов, внеучебная деятельность студентов, спортивная и физкультурно-оздоровительная работа, взаимодействие субъектов социокультурной среды вуза, деятельность органов студенческого самоуправления, информационное обеспечение социально-воспитательного процесса, взаимодействие среды вуза и «внешней среды».

В ТюмГНГУ сформирована благоприятная социально-культурная среда, обеспечивающая возможность формирования общекультурных компетенций выпускника, всестороннего развития личности, а также непосредственно способствующая освоению основной образовательной программы соответствующего направления подготовки.

Воспитательная и социальная деятельность реализуется согласно утвержденному плану воспитательной работы, разработанному в рамках реализации Концепции воспитательной работы университета.

Работа в подразделениях и в университете велась по всем основным направлениям плана воспитательной работы:

1. Организационная работа (адаптационные мероприятия для первокурсников, работа в общежитиях, работа с сиротами, несовершеннолетними, родителями, социальная поддержка обучающихся и т.д.).

2. Работа кураторов.

3. Культурно-массовая работа (организация и проведение мероприятий в подразделении; участие в мероприятиях университетского, регионального, федерального, международного уровней).

4. Организация работы студенческого самоуправления.

5. Духовно-нравственное и гражданско-патриотическое воспитание (конференции, семинары, лекции, посещение театров, выставок, День Института и т.п.).

6. Психологическая поддержка обучающихся (мониторинг воспитательной работы, индивидуальные и групповые консультации, тренинги).

7. Профилактика правонарушений, экстремизма и злоупотребления ПАВ (лекции, беседы, встречи со специалистами, мероприятия и т.д.).

8. Формирование здорового образа жизни (организация и участие в спортивно-массовых и физкультурно-оздоровительных мероприятиях, работа спортивных секций).

9. Организация научно-просветительской деятельности (семинары, конференции, работа научных студенческих объединений, организация введения воспитательного компонента).

10. Организация участия талантливой молодежи в мероприятиях международного, федерального, регионального уровней (творчество, социальные проекты, спорт).

11. ПрофорIENTATION (посещение кафедр, встречи с работодателями, ярмарка рабочих мест).

Сопровождением учебно-воспитательного процесса в университете занимаются специалисты учебных подразделений, в т.ч. филиалов и студгородка. В университете работают 442 куратора групп, 18 психологов, 26 социальных педагогов, 55 педагогов-организаторов и педагогов дополнительного образования, 11 специалистов по учебно-воспитательной работе, 12 воспитателей общежитий. Кроме того, 10 сотрудников отделов, подведомственных проректору по учебно-воспитательной работе, координируют реализацию воспитательного процесса.

В вузе проводятся традиционные массовые мероприятия, такие как фестивали «Осенняя премьера» (ежегодно более 700 участников в 34 номинациях), «На клавишах весны» (более 1200 участников, 12 направлений, 34 номинации), «Фесташка» (в 8 направлениях и 22 номинациях, ежегодно принимают участие школьники более чем 30 образовательных учреждений города и области). С 2012-2013 учебного года с целью повышения мотивационной составляющей в новом формате проводится фестиваль «Звезды Нефтегаза» (по направлениям: творчество, наука, спорт, общественная деятельность, чествование выпускников, родителей и руководителей).

В учебных подразделениях университета проводятся собственные творческие фестивали и конкурсы: «Здравствуй, ИнТра!», «ИнТра– Шанс!» (ИТ), «Зеленка», «Золотой геолог» (ИГиН), «ТerraБакалаврия» (ИМиБ), конкурсные отборы на фестивали «Осенняя премьера» и «На клавишах весны». Традиционно коллективы ТюмГНГУ являются победителями городских, областных, российских и международных фестивалей и конкурсов, таких как Конкурс молодых балетмейстеров, фестиваль хореографических коллективов «Серебряное крыло» Б.С. Санкина, Международный фестиваль цирковых коллективов «Золотой круг манежа» (г. Ижевск), Международный джазовый фестиваль (г. Новосибирск), фестиваль патриотической песни «Димитриевская суббота» (г. Тобольск), Всероссийский фестиваль-конкурс современной хореографии «Новая лиса» (г. Саранск), Международный конкурс «Многоликая гитара» (г. Москва), Международный фестиваль – конкурс «Славянская звезда» (г. Москва).

В университете создаются все условия для внеучебной занятости обучающихся. Созданы и постоянно действуют творческие студии (цирковая, вокальная, хореографическая, студия барабанщиков, лига КВН «Нефтегаз»). Во всех структурных подразделениях (институты, филиалы, учреждения СПО) созданы и работают 140 студий, клубов и творческих коллективов, в которых занимаются все желающие реализовать свои творческие планы и

стремления. По итогам этих фестивалей наши студенты становятся обладателями грантов и премий по поддержке талантливой молодежи.

### **Студенческое самоуправление**

В университете действует уровневая структура органов студенческого самоуправления. Результатом деятельности за учебный год стала победа в областном конкурсе моделей студенческого самоуправления, а также в других значимых региональных и федеральных конкурсах.

Активно ведет свою работу штаб студенческих отрядов. Штаб работает по пяти направлениям: строительный отряд «Новые люди», отряд электроэнергетиков «Энергия», отряд проводников «Транзит - Экспресс», педагогический отряд «Факультет детства», студенческий сервисный отряд «Сервис-ПРО», студенческий отряд охраны правопорядка.

По итогам прошлого 47 трудового семестра различными наградами отмечены 17 студентов университета.

### **Социальная и психологическая поддержка**

Служба психологической поддержки обучающихся университета координирует работу психологов учебных подразделений. В рамках реализации программы стратегического развития ведется материально техническое оснащение постоянно действующего кабинета психологического консультирования.

Руководителем Службы организуются совещания, круглые столы с участием представителей Департамента образования и науки, комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав, органов опеки и попечительства по такой тематике, как «Социально-педагогические и психолого-педагогические аспекты работы с обучающимися из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей» и т.п.

На социальное и материальное обеспечение университетом выделяется значительная сумма средств. За 10 месяцев 2013 года выплачено более 6 миллионов рублей более 1,5 тысяч обучающимся, что в два раза больше аналогичного периода 2012 года. С этого года произведена корректировка размеров выплат путем выравнивания сумм обучающимся СПО и ВПО.

### **Модернизация социально-культурных объектов**

В 2013-2014 учебном году в рамках реализации программы стратегического развития организовано улучшение бытовых условий пребывания обучающихся.

Проведено комплектование тренажерного зала для общежития № 12, подведены результаты торгов по тренажерному оборудованию для общежития №7 и №8.

Благодаря спонсорской помощи организована модернизация тренажерного зала по адресу: 50 лет Октября, 38 (учебный корпус ИГиН).

Заканчивается реконструкция универсальной спортивной площадки в районе общежитий № 4 и № 4а.

Приобретено звуковое оборудование для актового зала первого корпуса, мультимедийное и звуковое оборудование для общежитий.

Ведется модернизация актового зала по ул. Володарского, 56 ИГиН, комплектация актового зала общеобразовательного лицея.

На средства Программы стратегического развития обустроено рабочее место для слабовидящих в БИЦ университета.

Организуется работа по другим объектам социальной и бытовой инфраструктуры.

### **Спортивно-массовая работа**

К основным результатам этой работы можно отнести то, что студенты ТюмГНГУ заняли первое место в городских студенческих играх, областной межвузовской спартакиаде по второй группе вузов, выиграли спартакиаду нефтегазовых вузов, которая проходила на базе нашего университета. В Ханты-Мансийске прошла III Всероссийская летняя Универсиада. Два наших спортсмена завоевали «золото». Сборная команда по мини-футболу заняла третье место в чемпионате России «Серебряная лига», девушки-волейболистки заняли второе место в финале студенческой волейбольной лиги (1 дивизион).

По итогам 2013 года Нефтегазовый университет стал победителем в номинации смотра-конкурса «На лучшую постановку спортивно-массовой и физкультурно-оздоровительной работы среди ВУЗов г. Тюмени».

1. Количество проведенных в Тюменском государственном нефтегазовом университете спортивно-массовых и физкультурно-оздоровительных мероприятий – 178.
2. Количество студентов и сотрудников, принявших участие в спортивно-массовых и физкультурно-оздоровительных мероприятиях – 17902 чел. Согласно решению ректората в 2012 году в университете введена и реализуется система учета спортивно-массовой работы, которая позволила более объективно оценить количество участвующих в спортивно-массовых мероприятиях.
3. Количество спортивных секций (видов спорта), работающих в университете – 35.
4. Количество занимающихся в спортивных секциях – 2330 чел.

### **Общежития**

Воспитательная работа в общежитиях реализуется согласно утвержденному плану.

В студгородке активно работают органы студенческого самоуправления. В штатном расписании студгородка произведены изменения, которые повлияют на формирование полноценной воспитательной среды.

Наряду с первичным дефицитом мест в начале учебного года, на сегодняшний день удовлетворенность обучающихся в предоставлении мест в общежитиях составляет 100%.

Для организации досуга проживающих производится закупка спортивного оборудования и инвентаря.

### **Выводы и рекомендации**

За прошедший 2013-2014 учебный год имеются значительные достижения в научной, спортивной, общественной и культурной деятельности обучающихся. В ходе анализа результатов работы и изменений в расстановке приоритетов в молодежной политике в Российской Федерации, определены приоритетные задачи в воспитательной работе на 2014-2015 учебный год:

- Усиление работы в направлении гражданско-патриотического воспитания.
- Увеличение доли и повышение результативности участия обучающихся в проектах и конкурсах различного уровня.
- Развитие системы обеспечения информированности обучающихся.
- Развитие социальной активности обучающихся.

### 3.2 Сроки освоения основной образовательной программы

Нормативный срок освоения ООП по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» при очной форме обучения составляет 4 года (240 зачетных единиц).

Таблица 7

Сведения о нормативном сроке освоения ООП 031600.62  
«Реклама и связи с общественностью»

Наименование показателя	ФГОС	Рабочий учебный план	Соответствует/ не соответствует
1. Общая продолжительность обучения, ЗЕ	240	240	соответствует
2. Продолжительность			
- теоретического обучения, включая научно-исследовательскую работу обучающихся, практикумы, в том числе лабораторные, ЗЕ	185-217	204	соответствует
- промежуточных аттестаций, нед.	не оговаривается	16	соответствует
- практик, в том числе:		24	
- учебной (ЗЕ)	20-30	12	соответствует
- производственной (ЗЕ)		12	
- итоговой государственной аттестации (ЗЕ)	10-15	12	соответствует
- каникул, нед.	30-40	33	соответствует

Соотношение теоретического и практического обучения за четырехлетний срок образования полностью соответствует требованиям ФГОС ВПО и осуществляется в соответствии с графиком учебного процесса. Теоретический курс обучения длится 151 неделю (из них 16 недель

промежуточных аттестаций). На 1, 2, 3 курсах теоретическое обучение составляет 36 недель, на 4 курсе - 27 недель. Практическая подготовка по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» начинается с 1-го курса с учебной практики (4 недели), 2 курс - учебная практика (4 недели), 3 курс – производственная практика (4 недели), 4 курс – производственная практика (4 недели). Продолжительность каникул составляет 33 недели, экзаменационных сессий (для ЗФО) – 32 недели. Общий объем каникулярного времени в учебном году составляет 8 недель, в том числе две недели в зимнее время. Итоговая государственная аттестация (включающая подготовку и защиту выпускной квалификационной работы) составляет 8 недель.

Максимальный объем учебной нагрузки студента составляет 54 часа в неделю, включая все виды его аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы.

Объем обязательных аудиторных занятий студента составляет в среднем около 27 часов в неделю. При этом в указанный объем не входят обязательные практические занятия по физической культуре и занятия по факультативным дисциплинам.

Средний объем самостоятельной работы студента составляет 27 часов в неделю. 27 часов самостоятельной работы в неделю студент тратит на подготовку к лекциям, подготовку к практическим и семинарским занятиям, подготовку курсовых и индивидуальных работ, чтение основной и дополнительной литературы.

### **3.3 Учебные программы дисциплин и практик, диагностические средства**

По всем дисциплинам, предусмотренным учебным планом, имеются рабочие программы, в которых отражаются требования к уровню освоения дисциплин. Общее количество рабочих программ – 69. Рабочие программы дисциплин и программы практик разработаны в 2011 году в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта от 29.03.2010 г. (номер государственной регистрации № 221) и ежегодно обновляются.

Рабочие программы практик составлены на основании приказа № 1154 от 25 марта 2003 года «Об утверждении положения о порядке проведения практик студентов образовательных учреждений высшего профессионального образования», приложения к приказу Минобрнауки России №1154 от 25 марта 2003 года «Положение о порядке проведения практики студентов образовательных учреждений высшего профессионального образования», «Положения о порядке проведения практики студентов ТюмГНГУ» от 11.09. 2007 г.

Программы практик разрабатываются выпускающей кафедрой маркетинга и муниципального управления с учетом требований, предъявляемых к программам практик.

В целях исключения дублирования в содержании дисциплин все рабочие программы утверждаются на заседаниях кафедры.

Изменения и дополнения в рабочих программах дисциплин планируются преподавателями, ответственными за дисциплину, в индивидуальных планах. Контроль исполнения осуществляется в установленном порядке заведующим кафедрой при подготовке отчетов преподавателей о проделанной за учебный год работе. Изменения и дополнения в рабочих программах касаются в основном уточнения количества лекционных часов, которые затрачиваются на изложение соответствующей темы, последовательности изложения материала, или добавления материала для улучшения системности и методической целостности, а также в связи с актуализацией курса. Кроме того, совершенствуется тематика и содержание практических занятий и самостоятельной работы студентов.

В ФГОС по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» по базовой части каждого цикла приведены базовые дисциплины, включенные в ООП. К ним относятся:

*1. Цикл ГСЭ:*

Русский язык и культура речи,

Иностранный язык,

Отечественная история,

Культурология,

Психология,

Социология,

Философия,

Экономика.

*Цикл ЕН:*

Математика и статистика

Компьютерные технологии и информатика.

*Цикл ПД:*

Основы теории коммуникации,

Социология массовых коммуникаций,

Психология массовых коммуникаций,

Теория и практика массовой информации,

Основы рекламы и связей с общественностью,

Основы менеджмента,

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью,

Основы маркетинга,

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ,

Безопасность жизнедеятельности.

Содержание перечисленных дисциплин, отраженное в рабочих программах, полностью соответствует компетенциям, приведенным в ФГОС.

В рабочих программах дисциплин представлен перечень основной и дополнительной литературы, который ежегодно обновляется по мере новых поступлений в библиотечно-информационный центр ТюмГНГУ.

По дисциплинам направления 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» предусмотрена самостоятельная работа в виде:

- 1) конспектирование;
- 2) реферирование литературы;
- 3) аннотирование книг, статей;
- 4) выполнение заданий поисково-исследовательского характера;
- 5) углубленный анализ научно-методической литературы, проведение эксперимента;
- 6) участие в работе семинара: подготовка конспектов выступлений на семинаре, рефератов, выполнение заданий;
- 7) УИРС и НИРС при выполнении самостоятельной, контрольной, курсовой и дипломной работ;
- 8) контрольная работа – письменное выполнение;
- 9) выполнение заданий по наблюдению и сбору материалов в процессе практики;
- 10) выполнение курсовых работ и др.

Виды заданий для самостоятельной работы студентов отражены в рабочих программах. Выполнение самостоятельной работы позволяет студентам углубить и систематизировать знания по изучаемым дисциплинам.

Процесс организации самостоятельной работы студентов включает в себя следующие этапы.

1. Подготовительный (определение целей, составление программы, подготовка методического обеспечения, оборудования).
2. Основной (реализация программы, использование приемов поиска информации, усвоения, переработки, применения, передачи знаний, фиксирование результатов, самоорганизация процесса работы).
3. Заключительный (оценка значимости и анализ результатов, их систематизация, оценка эффективности программы и приемов работы, выводы о направлениях оптимизации труда).

Кафедра организует работу по комплектованию учебных кабинетов научной и учебной литературой, периодическими изданиями, учебными материалами и пособиями, необходимой техникой; обеспечивает доступность всего необходимого учебно-методического и справочного материала. Разрабатывает учебно-методические комплексы, программы, пособия, материалы, учебники как в печатном, так и в электронном варианте в соответствии с ФГОС; методические рекомендации, пособия по организации самостоятельной работы студентов; задания для самостоятельной работы; темы рефератов и докладов; темы курсовых работ и методические рекомендации по их выполнению; темы квалификационных

работ и методические рекомендации по их выполнению; вопросы к экзаменам и зачетам; образцы оформления индивидуальных заданий; предоставляет студентам сведения о наличии учебно-методической литературы, современных программных средств по своей дисциплине.

Все виды самостоятельной работы соответствуют требованиям, содержащимся в ФГОС.

Согласно ФГОС, по всем дисциплинам и практикам, включенным в учебный план высшего учебного заведения, должна выставляться итоговая оценка по шкале - отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно или зачтено, не зачтено.

Вид контроля устанавливается в соответствии с решением Совета преподавателей направления исходя из значимости той или иной дисциплины для подготовки выпускника к профессиональной деятельности. Перечень вопросов к зачету или экзамену приводится в электронном учебно-методическом комплексе (ЭУМК).

Для текущего и промежуточного контроля знаний студентов разработаны тестовые задания, которые представлены в УМК и ЭУМК (в системе Eduson). В целях организации промежуточной аттестации студентов заочной формы обучения используются экзаменационные вопросы, предусматривающие устную или письменную проверку компетенций.

### **3.4 Программы и требования к итоговой государственной аттестации**

Итоговая аттестация выпускника высшего учебного заведения является обязательной и осуществляется после освоения основной образовательной программы в полном объеме. Итоговая государственная аттестация бакалавра направления 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» включает государственный экзамен и защиту выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы).

На основании Положения об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений РФ, требований ФГОС ВПО и рекомендаций примерной ООП, Положения о рейтинговой системе оценки успеваемости студентов Тюменского государственного нефтегазового университета разработана и утверждена Программа итоговой государственной аттестации, в которой указываются тематика и критерии оценивания ВКР, а также требования к содержанию и критерии оценивания ответов студентов на государственном экзамене.

ВКР по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» выполняется в строгом соответствии с методическими указаниями по выполнению бакалаврской выпускной квалификационной работы.

Программа государственного экзамена и форма его проведения, а также критерии оценки знаний студентов определены вузом самостоятельно и утверждены Ученым советом ФГБОУ ВПО ТюмГНГУ (в соответствии с ФГОС).

Вопросы для проведения итогового государственного экзамена по направлению составлены в соответствии с рабочими программами дисциплин, обсуждаются и утверждаются на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления ежегодно.

Экзамен проводится в устной форме. В процессе заслушивания студента члены государственной аттестационной комиссии могут задавать вопросы не только в рамках экзаменационного билета, но и вне его рамок. Чаще всего это делается при не совсем внятных ответах студента на вопросы, поставленные в билете, а также в тех случаях, когда члены аттестационной комиссии не уверены, какую выставить оценку студенту (например, «хорошо» или «отлично»).

Основная образовательная программа по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» содержит примерный перечень вопросов к государственному экзамену:

1. Профессиограмма бакалавра рекламы и связей с общественностью.
2. Наука о связях с общественностью: предмет, объект, цели, задачи, функции.
3. Процедурные технологии связей с общественностью: переговоры, фасилитация и медиация.
4. Спонсоринг и фандрайзинг.
5. Специальные мероприятия связей с общественностью: основные виды, характеристика.
6. Кризисы: типология, сущностные характеристики, управление.
7. Спичрайтинг как PR-технология.
8. Виды PR текстов для СМИ.
9. Корпоративные средства коммуникации: типология, характеристика, принципы использования.
10. Американские и европейские связи с общественностью: история, опыт.
11. Этапы развития связей с общественностью в России.
12. Организационная структура и функции служб по связям с общественностью на предприятии.
13. Организация и проведение компании в сфере коммуникаций.
14. Функциональные обязанности пресс-секретаря.
15. Взаимодействие с государственными органами власти. Технология лоббизма.
16. Содержание корпоративной культуры предприятия.
17. Фирменный стиль: понятие и содержание.
18. Цели, задачи, сущность брендинга.
19. Создание комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций и управление им.
20. Кодексы профессионального поведения и этики PR-специалиста: российский и зарубежный опыт.

21. Соблюдение правовых и этических норм в ходе избирательной компании.
22. Информационные технологии в связях с общественностью.
23. Понятие общественности в паблик рилейшнз.
24. Организация деятельности пресс-службы в государственных и коммерческих структурах.
25. Технологии инвестор-релейшнз.
26. Связи с общественностью в условиях кризиса фирмы: последовательность действий.
27. Управленческий и психологический аспекты слуховой коммуникации: работа PR-специалиста со слухами.
28. Принципы медиапланирования (в паблик рилейшнз).
29. Специфика PR- деятельности в нефтегазовой отрасли.
30. Мерчендайзинг. BTL- технологии.
31. Правовое регулирование PR-деятельности.
32. Классификация вида рекламы.
33. Рекламное сообщение: структура, форма и процесс создания.
34. Организация и проведение выставок и ярмарок.
35. Характеристика средств рекламной коммуникации.
36. История рекламы.
37. Субъекты рекламной деятельности.
38. Эффективность рекламы и связей с общественностью.
39. Структура, функции и процесс формирования имиджа.
40. Рекламное сообщение: визуальная и вербальная составляющие.
41. Радиожурналистика: система жанров. Свойства и формат радио как вида массовой коммуникации.
42. Телевизионная журналистика: особенности, виды (способы финансирования).
43. Законодательные основы деятельности СМИ.
44. Организация и проведение избирательной компании.
45. Коммуникации в организациях: виды и формы.
46. Принципы стратегического планирования в менеджменте коммуникаций.
47. Межличностные конфликты. Специфика проявления.
48. Роль PR – специалиста в разрешении конфликтов в группах и организациях.
49. Менеджмент коммуникаций предприятия.
50. Социальные функции массовой коммуникации. Структурно – функциональный анализ массовой коммуникации в системе отношений «СМК-общество».
51. Семиологический анализ сообщений массовой коммуникации.
52. Периодизация и типология социальных эффектов массовой коммуникации. Модели эффектов массовой коммуникации в электоральных процессах.

53. Анализ содержания сообщений средств массовой коммуникации. Контент-анализ исследования коммуникатора, аудитории средств массовой коммуникации.

54. Целевая, реальная, потенциальная аудитория средств массовой коммуникации. Социологические способы исследования коммуникативного поведения аудитории.

55. Массовая коммуникация и тенденции глобализации. Концепция «Культурный империализм». Понятие «Культурное сопротивление».

56. Сущность и типология политической культуры, виды политического участия.

57. Государственная служба как открытая система. «Электронное правительство».

58. СМИ как звено в системе взаимодействия PR- специалиста с общественностью.

59. Жанры СМИ в арсенале PR- специалиста.

60. Социальное партнерство: СМИ-бизнес-власть.

61. Взаимодействие PR- специалиста и журналиста в производстве новостей. Инфотейнмент.

62. PR- тексты и журналистские материалы: сходство и различия.

63. Технологии создания и управления корпоративным сайтом.

64. Типология и сегментация аудитории с позиции психологии.

65. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации.

66. Психология процесса социальной коммуникации.

67. Мотивация и ожидания в механизме обращения аудитории к СМИ.

68. Психологические модели убеждающего воздействия.

69. Роль групповых факторов в процессе убеждения.

70. Психологические эффекты массовой коммуникации.

71. Психологические исследования массовой коммуникации.

72. Манипулятивные технологии в системе массовых коммуникаций.

73. Основные жанры PR- текстов.

74. PR- текст. Стилистические ресурсы, используемые при его создании.

75. Возникновение и современное состояние консалтинга в России (организационно-экономические основы консультирования).

76. Современные виды консалтинговых услуг.

77. Сущность и цели политического консалтинга.

78. Исторические типы связей государственной службы с общественностью.

79. СМИ как канал взаимодействия органов власти Тюменской области и населения.

80. История возникновения и развития коммуникации.

81. Обеспечение информационного обмена в коммуникативных системах.

82. Внутриличностный конфликт: причины возникновения, способы урегулирования (разрешения).
83. Конфликт: динамика развития, способы урегулирования.
84. Организационный конфликт: причины возникновения, диагностика, способы урегулирования.
85. Методы профилактики возникновения конфликтных ситуаций.
86. Стратегии поведения в конфликте: диагностика и управление.
87. Регуляция и саморегуляция в PR.
88. Корпоративный имидж: структура.
89. Кампания в сфере связей с общественностью: определение, характеристика, типология.
90. Основные этапы организации и проведения кампаний в сфере связей с общественностью. Бриф кампании.
91. Определение проблемы в ходе аналитического этапа PR-компании, постановка цели, определение стратегии и практики.
92. Оценка эффективности PR-деятельности.
93. Коммуникация, её типы. Межличностная, специализированная и массовая коммуникация (характеристика системы СМИ).
94. Основные модели и компоненты коммуникации. Коммуникативные барьеры.
95. Устная коммуникация. Коммуникативные функции языка и речи.
96. Невербальные средства коммуникации: их типология и природа.
97. Документальная коммуникация. Электронная коммуникация.
98. Мифологическая и художественная коммуникация.
99. Языковая личность. Коммуникативная личность и ее параметры: мотивационный, когнитивный, функциональный. Типы коммуникативной личности.
100. Методологические подходы к социальной коммуникации.
101. Менеджмент коммуникаций: содержание и сфера применения.
102. Принципы стратегического планирования в менеджменте коммуникаций.
103. Мотивация участников коммуникативного процесса.
104. Роль информационных технологий в системе менеджмента коммуникаций.
105. Корпоративная культура предприятия.
106. Связи с общественностью как социальный институт.
107. Современная рыночная реклама и PR.
108. Виды услуг коммуникационного агентства.
109. PR в интернете: новые технологии.
110. Технологии медиарилейшнз.

Согласно ФГОС бакалавр рекламы и связей с общественностью должен быть готов к следующим видам деятельности: организационно-

управленческая, проектная, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая.

В соответствии с этим основная образовательная программа по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» содержит следующую примерную тематику ВКР:

1. Актуальные проблемы управления коммуникационными процессами на предприятии.
2. Анализ опыта и современного развития связей с общественностью в социально-экономической, политической и духовной сферах общества.
3. Анализ современного состояния и перспективы развития связей с общественностью (на примере конкретного предприятия).
4. Бренд: роль паблик рилейшнз в процессе формирования (опыт конкретной кампании).
5. Взаимодействие общественности и организации (на примере предприятий любых форм собственности).
6. Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций.
7. Избирательные процессы и технологии.
8. Менеджмент и координация связей с общественностью.
9. Деятельность пресс-служб современных предприятий (на конкретном примере).
10. Генезис, история и развитие связей с общественностью в России (Тюменской области).
11. Зарубежный опыт связей с общественностью на современном этапе (на материалах оригинальных источников, иностранной печати, данных Интернет и пр.).
12. Интерактивные возможности паблик рилейшнз в СМИ.
13. Использование интернет-технологий в связях с общественностью (анализ эмпирического материала, конкретных направлений деятельности).
14. Использование неформальных коммуникаций в деятельности организаций (на примере конкретного предприятия).
15. Использование основных технологий паблик рилейшнз в организационном консультировании.
16. Репутационный континуум: паблисити, имидж, репутация (различные аспекты).
17. Взаимодействие со СМИ предприятий (на примере конкретного предприятия г. Тюмени и Тюменской области).
18. Копирайтинг и спичрайтинг в связях с общественностью (на основе эмпирического материала).
19. Креативные технологии паблик рилейшнз (на основе эмпирического материала).
20. Методологические основы связей с общественностью.
21. Негативные технологии паблик рилейшнз. Этические и нравственные основы PR –деятельности (на основе эмпирического материала).

22. Опыт создания и функционирования работы отделов по связям с общественностью конкретного предприятия Тюменской области.

23. Организация и проведение специальных событий (на примере конкретного предприятия г. Тюмени и Тюменской области).

24. Кампания в сфере коммуникаций: планирование, реализация, оценка эффективности (на примере организаций г. Тюмени и Тюменской области).

25. Особенности использования современных психотехнологий в связях с общественностью.

26. Основные направления деятельности специалиста по связям с общественностью на предприятиях.

27. Особенности разработки и осуществления PR-стратегии на предприятиях.

28. Особенности создания внутрифирменных коммуникаций на предприятиях и в организациях.

29. Особенности формирования нравственного поведения молодежи средствами паблик рилейшнз.

30. Паблик рилейшнз как функция менеджмента (на примере деятельности предприятия).

31. Правовое обеспечение PR-деятельности.

32. Проблемы современной кадровой политики в области связей с общественностью.

33. Продвижение, позиционирование товаров и услуг методами паблик рилейшнз.

34. Рекламные технологии в коммуникационном процессе.

35. Роль связей с общественностью в вопросах формирования патриотизма и гражданской позиции населения.

36. Роль связей с общественностью по развитию социальной активности личности.

37. Проблемы формирования нематериальных активов (репутации) предприятия.

38. Отношения с государством (government relations – GR), лоббизм.

39. Связи с общественностью в инвестиционной деятельности.

40. Современные концепции связей с общественностью (теоретическая, аналитическая работа).

41. Философские и социологические основы связей с общественностью.

42. Спонсоринг, фандрайзинг (на примере деятельности конкретных организаций и учреждений).

43. Теория и практика лоббизма за рубежом.

44. Управление кризисными ситуациями с помощью паблик рилейшнз.

45. Формирование и управление общественным мнением как технология паблик рилейшнз.

46. Формирование корпоративной культуры с использованием PR – технологий.

47. Функции и задачи специалиста по связям с общественностью на предприятии (на примере деятельности конкретных организаций и учреждений).

48. Политический консалтинг и имиджмейкинг.

49. Экологические проблемы и пути решения их PR- методами.

50. Ярмарки и выставки как средства коммуникации.

51. Специальные события (event-менеджмент).

52. Связи с общественностью как социальный институт.

53. Связи с общественностью в системе социальных коммуникаций (теоретическая, аналитическая работа).

54. Связи с общественностью в системе социального и политического управления.

55. Технологии публичных отношений в процессе формирования социальной ответственности предприятия.

56. Формирование гражданского общества: коммуникативные аспекты.

57. Место и роль связей с общественностью в интегрированных социальных коммуникациях.

58. Неформальные и сетевые коммуникации.

59. Социальные сети: возможность использования публичных отношений.

60. Рекламные и PR-тексты.

Выпускная квалификационная работа выполняется в форме бакалаврской работы и имеет своей целью:

1) расширение, закрепление и систематизацию теоретических знаний, приобретение навыков практического применения этих знаний при решении конкретной научной, производственной, экономической или организационно-управленческой задачи;

2) развитие навыков ведения самостоятельных теоретических и экспериментальных исследований;

3) развитие навыков работы с отчетной, статистической и плановой документацией;

4) приобретение опыта представления и публичной защиты результатов своей деятельности.

Согласно ФГОС выпускная квалификационная работа менеджера должна показывать навыки практического анализа проблем в сфере рекламы и связей с общественностью.

Таким образом, содержание выпускной квалификационной работы полностью соответствует требованиям ФГОС по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

**Вывод.** Анализ учебного плана по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью», рабочих программ и диагностических средств, выполненный в рамках самообследования, позволяет утверждать, что:

➤ содержание дисциплин базовой части, отраженное в рабочих

программах, строго соответствует базовым дидактическим единицам, приведенным в ФГОС;

- все рабочие программы содержат перечень современной учебной литературы;
- в рабочих программах отражена взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами направления, в т.ч. по циклам ГСЭ, ЕН;
- содержание рабочих программ исключает необоснованное дублирование материала других дисциплин;
- виды самостоятельной работы студентов, предусмотренные в рабочих программах, способствуют более полному освоению дисциплины в разрезе требований к профессиональной подготовленности бакалавра;
- вопросы, вынесенные в промежуточный контроль по дисциплинам, позволяют точно диагностировать уровень знаний студентов в соответствии с требованиями ФГОС.

#### **4 Организация учебного процесса. Использование инновационных методов в образовательном процессе**

Реализация содержания ООП осуществляется через организацию учебного процесса. Организация учебного процесса осуществляется на основании требований ФГОС ВПО, учебных планов, графика учебного процесса, расписания занятий и организационно-распорядительных документов вуза, организацию самостоятельной работы и реализацию практической подготовки обучающихся, использование современных интерактивных методик обучения и форм организации учебного процесса.

*Оценка соответствия графика учебного процесса ФГОС ВПО рабочему учебному плану, соответствия аудиторной нагрузки действующему расписанию занятий.*

Анализ баланса времени по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» свидетельствует о соответствии его балансу времени Федерального государственного образовательного стандарта (приложение 4).

Максимальный объем учебной нагрузки студента составляет 54 часа в неделю, включая все виды его аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы.

Объем обязательных аудиторных занятий студента по направлению РСОб составляет в среднем около 27 часов в неделю. При этом в указанный объем не входят обязательные практические занятия по физической культуре и занятия по факультативным дисциплинам.

Объем самостоятельной работы студента составляет 27 часов в неделю: подготовка к лекциям, подготовка к практическим и семинарским занятиям, выполнение курсовых и индивидуальных работ, чтение основной и дополнительной литературы.

Расписание аудиторных учебных занятий составляется Отделом планирования и контроля учебного процесса УМУ ТюмГНГУ на основании

объема учебной нагрузки кафедры на планируемый год по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью».

Процедура составления, утверждения и опубликования расписания учебных занятий регламентируется соответствующей документированной процедурой. Расписание составляется в полном соответствии с учебными планами направления, а также с учетом предложений заведующих кафедрами. Предварительно специалистом кафедры формируется перечень пожеланий профессорско-преподавательского состава относительно предпочтительного времени проведения аудиторных занятий, количества аудиторных занятий в день, требований к аудитории (мультимедийная аудитория, компьютерный класс и пр.).

Продолжительность аудиторных занятий для студентов составляет не более 8 - 10 академических часов в день и не превышает недельного объема аудиторных занятий, определенного ФГОС по данному направлению. При составлении расписания учебные занятия чередуются с учетом вида дисциплины, сложности восприятия материала. В расписание учебных занятий лекции, как правило, включаются в начале учебного дня.

За одним из сотрудников УВП кафедры закреплена функция контроля за соблюдением утвержденного расписания, контролю подвергается своевременность начала и окончания аудиторных занятий, и соответствие используемых аудиторий указанным в расписании.

Количество часов на лекционные и практические занятия определяется вузом самостоятельно в учебном плане исходя из содержания дисциплин, а затем на основании установленного в учебном плане объема аудиторной нагрузки составляется расписание. Согласно результатам проведенного анализа рабочего учебного плана доля аудиторной нагрузки соответствует требованиям ФГОС ВПО.

*Оценка последовательности и логичности изучения учебных дисциплин.*

Сформированный в ТюмГНГУ учебный план по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» предусматривает последовательность изучения дисциплин, основанную на их преемственности и взаимосвязи, рациональное распределение дисциплин по семестрам, а также эффективное использование кадрового и материально-технического потенциала университета.

Анализ расписания занятий показал, что учебные дисциплины изучаются последовательно и логично, расхождений с учебным планом нет.

*Качество организации самостоятельной работы обучающихся.*

Повышение качества подготовки бакалавров предусматривает значительное повышение роли самостоятельной работы студентов. Самостоятельная работа выступает индикатором высокого уровня подготовленности студентов, целью и результатом их обучения в вузе.

Самостоятельная работа как форма организации обучения одновременно выступает средством педагогической деятельности, которое

используется в целях перестройки психологических механизмов обучающихся, формирования практических компетенций, предполагает определенные процедуры, которые выполняют студенты в процессе учебно-познавательной, учебно-практической и учебно-профессиональной деятельности.

Объем самостоятельной работы студентов регламентируется ФГОС ВПО, рабочим учебным планом по направлению.

Распределение часов самостоятельной работы по видам отражено в рабочих программах дисциплин. Самостоятельная работа студентов выполняется в пределах часов, отводимых на изучение дисциплин учебного плана и при выполнении научно-исследовательской работы в семестре. Реализация самостоятельного обучения обеспечивается наличием в библиотеке ФГБОУ ВПО ТюмГНГУ перечня профессиональных отечественных журналов, научной литературой, доступом к различным сетевым источникам информации через сеть интернет.

В структуру обеспечения самостоятельной работы студентов включены: нормативное, организационное, материально-техническое, учебно-методическое обеспечение.

Нормативная база включает перечень документов, регулирующих самостоятельную работу студентов – графики выполнения самостоятельной работы студентами по дисциплинам, Положение о самостоятельной работе студентов, Положение об итоговой и промежуточной аттестации студентов, Положение о практике, Требования к курсовым и выпускным квалификационным работам.

Самостоятельная подготовка студента к лекциям регламентируется рабочим учебным планом по направлению, методическими указаниями по подготовке к практическим занятиям, методическими указаниями по выполнению индивидуальных заданий и курсовых работ.

Основная задача в руководстве самостоятельной работой студентов заключается в обеспечении требования к их умению сочетать высокую теоретическую подготовку и владение методами решения конкретных практических задач при анализе учебных и реальных ситуаций, рассматриваемых в процессе обучения.

К основным видам самостоятельной внеаудиторной работы, которые используются на кафедре, относятся:

- 1) подготовка к семинарам;
- 2) подготовка к коллоквиуму и тестированию;
- 3) подготовка к зачетам и экзаменам;
- 4) сбор и анализ собранного материала на заданную тему, в том числе рефератов, докладов, сообщений, статей и тезисов;
- 5) написание курсовых и контрольных работ;
- 6) подготовка к межсессионной аттестации;
- 7) работа с научной и учебной литературой (учебниками, учебными пособиями, периодическими журналами, газетами, сборниками и

монографиями) по дисциплинам;

8) творческие домашние занятия (коллажи, подготовка творческих выступлений и т.д.) и проведение тренингов в рамках различных дисциплин.

Результативность всех видов самостоятельной работы студентов зависит от правильной организации контроля и своевременной обеспеченности студентов планами семинаров, набором вопросов для коллоквиума, зачета, экзамена, а также учебной литературой.

Для контроля самостоятельной работы студентов используются методы анализа конкретных ситуаций, семинары и дискуссии по изучаемым темам, методы, основанные на элементах деловой игры, методы «пресс-конференции» и «презентации». Студенты учатся самостоятельно работать с первоисточниками, монографиями, статистическими справочниками и другими цифровыми материалами, нормативными документами. По ряду предметов студенты пишут рефераты, в которых отражают результаты изучения основной и дополнительной литературы или выступают с докладами по наиболее актуальным вопросам изучаемой темы.

Знания студентов по основным дисциплинам наиболее эффективно используются при выполнении курсовых работ. Курсовая работа включает теоретическое задание и практическое задание. Теоретическое задание представляет собой реферат по изучаемой проблеме. Практическое задание представляет собой задание, требующее решения на материалах реального предприятия.

Для продуктивной работы студента кафедра тщательно отбирает материалы для изучения студентами, определяет их объемы и составляет графики «Самостоятельной работы студентов». Преподавателями кафедры систематически проводится еженедельный контроль на индивидуальных консультациях, где обсуждаются планы, составленные студентами, уровень понимания сущности самостоятельной работы, проблемы при разработке индивидуального задания.

Формы контроля соответствуют применяемым формам и видам самостоятельной работы студентов.

В учебно-методический комплекс основных дисциплин учебного плана в обязательном порядке входит:

1) перечень вопросов и контрольных заданий для самостоятельной работы студентов, где предусмотрены вопросы по каждому тематическому модулю дисциплины;

2) фонд контрольных заданий для текущего контроля знаний и навыков студентов на практических и лабораторных занятиях;

3) методические указания по подготовке к практическим занятиям;

4) методические указания по выполнению курсовых работ.

В учебном процессе предусмотрено использование самостоятельной работы студентов как в базовой, так и в дополнительной ее форме. Студент, приступающий к изучению учебной дисциплины, получает информацию обо всех видах самостоятельной работы.

Дополнительная самостоятельная работа (ДСР) направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. В учебном процессе используются следующие её виды:

- 1) подготовка к экзамену;
- 2) выполнение проекта;
- 3) исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах;
- 4) анализ научных публикаций по заданной преподавателем тематике;
- 5) анализ статистических и фактических материалов по заданной теме.

Основные формы контроля самостоятельной работы: опросы на лекциях, семинарах и практических занятиях, собеседования, защита курсовых работ.

*Использование в учебном процессе результатов сотрудничества с организациями, предприятиями, научными учреждениями, зарубежными партнерами.*

С целью повышения качества образования кафедра развивает стратегическое партнерство с предприятиями и организациями в образовательной сфере, содержательные связи с местными органами власти, Фондом развития и поддержки предпринимательства Тюменской области, Благотворительным фондом развития г. Тюмени, ГК «Маркетинг-Консультант», Тюменским Деловым клубом, ИД «72 Медиа» и пр. В связи с этим практические занятия на кафедре проводятся в различных формах:

- 1) привлечение специалистов-практиков из различных сфер (административных, производственных, СМИ);
- 2) проведение социальных, управленческих исследований для определения новых перспективных форм развития и управления в сфере рекламы и связей с общественностью;
- 3) проведение тренингов и круглых столов с привлечением практикующих специалистов на актуальные для студентов темы;
- 4) осуществление обязательного информационного обмена между студентами и преподавателями (через подготовку статей, тезисов, рецензий).

Защита выпускных квалификационных работ по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» проходит публично с приглашением работодателей.

Уровень и качество развития кафедры во многом зависит от состояния уровня сотрудничества с партнерами, как в России, так и за рубежом. Отсюда вытекает объективная необходимость расширения международного сотрудничества кафедры, ускорение ее интеграции в мировое образовательное и научное пространство как полноправного и конкурентоспособного субъекта. Разнообразные формы международной деятельности позволяют кафедре обогащать за счёт использования мирового опыта свой учебный и научный потенциал, привлекать талантливую молодёжь, специалистов и ученых из-за рубежа, вести подготовку

интеллектуальной элиты для стран, готовых к взаимовыгодному сотрудничеству с Россией, содействовать распространению в мире достижений России в области науки, культуры и образования.

Кафедра развивает свои международные связи, исходя из принципа равноправия всех партнёров-участников сотрудничества и основываясь на следующих формах его реализации:

*1. Подготовка специалистов.*

Большое значение придаётся подготовке специалистов для зарубежных стран, так и подготовке сотрудников кафедры в зарубежных вузах. В настоящее время по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» обучается гражданин Турецкой Республики (ЗФО) и гражданка Республики Казахстан (ОФО).

В тоже время 2 сотрудника кафедры получили степень МБА в университете Тейлор (США) – Ситева С.С., Колтунов Д.А.

*2. Международные научно-исследовательские работы*

Кафедра осуществляет несколько интегрированных проектов со своими зарубежными партнёрами: Калифорнийский Университет, Лос-Анджелес, Стэндфордский Университет, Университет Феникс, Технологическим университетом Клаусталь и др.

Тематика совместных проектов касается будущей роли России в процессе глобализации, проблем международного маркетинга, рекламы и связей с общественностью, новейших моделей интерактивного вузовского обучения, дистанционного обучения.

Также в 2011 г. подана заявка на участие в американо-российском фонде USRF.

*3. Международные публикации и конференции*

Кафедра неоднократно выступала в качестве организатора международных конференций и научно-практических семинаров с участием зарубежных ученых и практиков.

За исследуемый период в ведущих российских научных журналах, а также в зарубежных журналах опубликовано более 360 научных статей.

Заведующий кафедрой Белоножко М.Л. является почетным профессором университета Феникс (США).

*4. Приглашение зарубежных учёных*

В ноябре 2013 года кафедра организовала посещение ТюмГНГУ профессором, сотрудником Центра российских и евроазиатских исследований Университета г. Упсала (Швеция) Грэгори Саймонсом.

Анализ показал, кафедра МиМУ имеет тесные связи с зарубежными вузами и организациями, осуществляет с ними совместные образовательные и научные проекты, студенты, аспиранты и преподаватели кафедры имеют возможность повысить свой уровень в западных университетах.

*Формы организации нового набора на направление подготовки.*

В целях обеспечения набора наиболее способных и подготовленных к обучению абитуриентов кафедра МиМУ ведет активную разъяснительно-пропагандистскую работу с потенциальными абитуриентами по ежегодно утверждаемому кафедрой плану профориентационной работы. План профориентационной работы кафедры согласуется с планом профориентационной работы ИМиБ и ТюмГНГУ и включает в себя:

- 1) подготовку информации в справочник абитуриента по направлениям и специальностям высшего профессионального образования ТюмГНГУ;
- 2) организацию и проведение профориентационных встреч со школьниками выпускных классов, лицеистами, выпускниками специальных учебных заведений;
- 3) работу постоянно действующего форума на web-сайте вуза;
- 4) взаимодействие кафедры со СМИ с целью рекламирования специальностей кафедры, ознакомления с научной деятельностью кафедры;
- 5) разработку наглядных пособий рекламного-агитационного характера;
- 6) издательство и обновление буклетов, проспектов, брошюр, видеороликов, стендов и пр.

*Использование инновационных методов в образовательном процессе.*

Инновации в системе образования кафедры и ИМиБ связаны с внесением изменений:

- 1) в методы педагогической деятельности и организацию учебно-познавательного процесса;
- 2) в систему контроля и оценки уровня образования;
- 3) в учебно-методическое обеспечение;
- 4) в систему воспитательной работы;
- 5) в учебный план и учебные программы;
- 6) в деятельность студента и преподавателя.

В рамках внедрения в учебный процесс инновационных технологий на кафедре ведется активная работа по использованию информационных технологий (в т.ч. контроля знаний), а также инновационных методик преподавания.

*Использование информационных технологий в учебном процессе* осуществляется в рамках реализуемой вузом концепции информатизации учебного процесса:

- 1) использование системы автоматизации процесса обучения и контроля знаний и навыков EDUCON;
- 2) использование автоматизированных обучающих систем, деловых игр, реализованных на ЭВМ, и мультимедиа тренингов;
- 3) разработка и внедрение средств визуализации для лекций и практических занятий по дисциплинам направления;
- 4) разработка, апробация и внедрение в учебный процесс собственных электронных обучающих комплексов;

5) использование преподавателями электронной почты, сервисов веб 2.0 (вики, блоги, социальные сети, индивидуальные сайты преподавателей и пр.) в целях обучения;

6) использование распределенных баз данных по отраслям;

7) использование локальных и региональных сетей обмена данными, электронных библиотек, распределенных и централизованных издательских систем.

Система EDUCON – инструмент информационной образовательной среды вуза, реализует возможности проведения аттестационного контроля знаний, обеспечения самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов. Доступ в EDUCON осуществляется через сервер, находящийся в корпоративной сети ТюмГНГУ.

Система разработана на основе Open Source CDO (открытого продукта дистанционного обучения) Moodle и ориентирована на коллаборативные технологии обучения. Коллаборативный подход обеспечен реализованными Системой возможностями построения тесного растянутого во времени взаимодействия между студентами и преподавателем.

В системе EDUCON сформирована электронная версия ООП по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью», позволяющая:

1) осуществлять наполнение и редактирование учебно-методических комплексов дисциплин;

2) задавать критерии оценок при текущем и итоговом контроле знаний;

3) осуществлять взаимообмен между преподавателем и студентом теоретическим, методическим и практическим материалом, курсовыми и контрольными работами;

4) осуществлять коммуникации, обмен файлами и сообщениями (сервис рассылки позволяет оперативно информировать всех участников курса, форум дает возможность организовать учебное обсуждение проблем, чат позволяет организовать учебное обсуждение в режиме реального времени, сервисы «Обмен сообщениями» и «Комментарий» предназначены для индивидуальной коммуникации преподавателя и обучающихся);

5) создавать и хранить портфолио каждого учащегося (все сданные им работы, все оценки и комментарии преподавателя, все сообщения на форуме);

6) сохранять все оценки по каждому курсу в сводной ведомости

На кафедре имеется библиотека прикладных программ и программ учебно-проектных САПР, АСС, АСНИ, SPSS, Консультант +, обеспечивающих требуемый уровень использования вычислительной техники.

Автоматизированные обучающие системы, деловые игры, реализованные на ЭВМ, мультимедиа тренинги используются в ряде дисциплин учебного плана по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» (таблица 8).

Таблица 8

Перечень электронных учебных пособий, используемых в учебном процессе

Название продукта	Дисциплина
1	2
<b>1) Автоматизированные обучающие системы и электронные учебники:</b>	
• ЭУМКД автоматизированный учебно-методический комплекс «Основы коммерческой деятельности (Коммерция)»	Предпринимательство, Адаптация на рынке труда
• Электронный учебник «Конфликтология» • Электронный учебник "Конфликты в социальной работе"	Психология, Конфликтология средств массовой коммуникации
• Электронное учебное пособие «Античные образы в зарубежной литературе»	История зарубежной литературы
• Электронное учебное пособие «Основы журналистского мастерства»	Теория и практика массовой информации, Современная пресс-служба
• Электронное учебное пособие «Методология и методы исследования в связях с общественностью»	Информационно-аналитическая работа в рекламе и связях с общественностью; Подготовка выпускной квалификационной работы
• Электронное учебное пособие «Управление коммуникациями»	Менеджмент рекламы и связей с общественностью
<b>2) Деловые игры и мультимедиа тренинги:</b>	
• "Искусство продаж»	Основы маркетинга, Основы рекламы и связей с общественностью, Реклама и связи с общественностью в бизнесе, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ,
• "Реклама»	
• Управление PR	
• "Директор"	
• «Маркетинговые решения на этапах жизненного цикла продукции»	
• «100 золотых теорем рекламного бизнеса»	
• Мерчендайзинг	
• Организация прямых продаж	
• «Управление маркетинговой деятельностью»	

организации»	Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью
• Антикризисное управление предприятием	Основы менеджмента

Техническая оснащенность учебного процесса по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» средствами мультимедиа сопровождения инициируют активную разработку и внедрение средств визуализации для лекций и практических занятий по дисциплинам учебного процесса. Более 50% дисциплин обеспечены презентационными материалами в Power Point, широко используются учебные фильмы и видеоролики.

Преподаватели кафедры вовлечены в процесс разработки, апробации и внедрения в учебный процесс по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» собственных программных продуктов и электронных обучающих комплексов.

Студентам, аспирантам и преподавателям обеспечен доступ:

1) в Базы данных Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (Роспатент): Патентные БД, БД по товарным знакам, БД по промышленным образцам.

2) в Polpred.com Обзор СМИ. Полные тексты 400 тыс. лучших статей из сотен информагентств и СМИ со всего мира за 15 лет с рубрикатом по стране / отрасли / источнику / федеральному округу РФ / дате, поиск с настройками;

3) к электронным учебникам издательств «Юрайт», «Книжный дом университет», «Академия»;

4) электронным ресурсам: "АИСТ" (автоматизированная информационная система технолога); национального Электронно-Информационного Консорциума (НЭИКОН); электронной библиотеке диссертаций; научной электронной библиотеке ELIBRARY.RU.

*Использование инновационных методик преподавания.* Учебный процесс реализуется с ориентацией содержания образовательных программ на лучшие отечественные и зарубежные аналоги, использование инновационных методик преподавания таких как:

1) применение предпринимательских идей в содержании курсов;  
2) использование проблемно-ориентированного междисциплинарного подхода к изучению наук;

3) эвристическое обучение;

4) мозговой штурм;

5) дебаты, пресс конференция;

6) метод проектов;

7) дерево решений;

- 8) ролевые игры: «Разработка профессиограммы для сотрудника отдела рекламы и связей с общественностью», «Тайный покупатель»;
- 9) деловые игры: «Трудоустройство», «Проведение пресс-конференции»;
- 10) кейс-стади: «Решение управленческих задач», «Новостная эстафета», «Контент-анализ печатных СМИ», «Способы выхода из конфликтных ситуаций», «Принципы формирования имиджа»;
- 11) форум;
- 12) панельная дискуссия и т.д.

В процессе проектирования рабочих программ дисциплин и содержания учебных курсов по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» преподаватели кафедры маркетинга и муниципального управления используют предпринимательские идеи в содержании курсов, учитывают криологический и воспитательный аспекты в содержании дисциплин.

Основными формами контроля студентов являются промежуточные аттестации, итоговая аттестация, тестирование, проверка остаточных знаний, написание курсовых работ и выполнение индивидуальных заданий. Формы контроля соответствуют применяемым формам и видам самостоятельной работы студентов.

Для контроля осуществления учебного процесса преподавателями кафедра использует взаимное посещение занятий, проведение открытых лекций, отчеты преподавателей на заседаниях кафедры и Совета по направлению о выполнении ими учебной и учебно-методической нагрузки, а также проверяет остаточные знания студентов посредством тестов.

*Качество организации практической подготовки обучающихся.*

В соответствии с учебным планом и федеральным государственным образовательным стандартом на направлении 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» реализуются две учебных и две производственных практики.

Целями практики в целом являются: закрепление полученных в вузе теоретических и практических знаний, а также адаптация к рынку труда по направлению «Реклама и связи с общественностью»; приобретение студентом опыта работы в отделах и департаментах рекламы и связей с общественностью государственных и коммерческих предприятий.

Содержание, цели и задачи каждого вида практики определяются в программах практик, которые разрабатываются кафедрой и утверждаются СПН и утверждаются на ученых советах института.

Порядок прохождения практики и формы подведения ее итогов регламентированы «Положением о практике студентов ТюмГНГУ», конкретизирован программами, разработанными на кафедре МиМУ: «Программа учебной практики», «Программа производственной практики».

Все виды производственной практики студенты проходят в соответствии с графиком учебного процесса.

Производственная практика после 4 курса является заключительным этапом теоретического цикла подготовки специалиста-бакалавра. Продолжительность практики, ее содержание и результаты должны соответствовать концепции и программе по подготовке дипломированного специалиста в соответствии со специализацией в рамках направления 031600.62 «Реклама и связи с общественностью».

Учебно-методическое руководство практикой осуществляется кафедрой маркетинга и муниципального управления и базовой организацией (предприятием), обеспечивающей выполнение программы практики, качество ее прохождения.

Руководитель от кафедры:

- обеспечивает строгое соответствие практики программе;
- организует для студентов методическую помощь и консультации по предпринимательству, экономике и другим вопросам;
- осуществляет координацию деятельности студентов и руководителей практики от организации, предприятия;
- рецензирует отчет по практике, организует его защиту.

Руководитель практики от организации (предприятия):

- предоставляет условия для прохождения студентом практики в конкретном подразделении организации (предприятия);
- обеспечивает допуск студентов к источникам информации;
- оказывает помощь в подборе материалов для написания отчета и дипломной работы.

В качестве баз проведения практик, предусмотренных учебным планом, выбираются предприятия, отвечающие следующим требованиям:

- соответствовать данной направлению и виду практики;
- иметь сферы деятельности, предусмотренные программой практики;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студентов.

С организациями, выбранными в качестве баз практик, заключаются договоры. На кафедре МиМУ создан банк данных предприятий, на которых студентам предоставляются места проведения практик. Кроме того, распределение бакалавров на практику проводится по предварительным заявкам предприятий, учреждениям и организациям. Среди них: газеты «Тюменская область сегодня», «Тюменский керай», «Тюменский курьер», а также предприятия «ЛУКойл - Западная Сибирь», «Тюменский кардиологический центр» и государственные учреждения (Тюменская областная Дума, Правительство Тюменской области, Администрация г.Тюмени) (Приложение 5). Процесс взаимодействия кафедры с региональными организациями включает в себя составление списка потенциальных баз практики, рассылку предложений о сотрудничестве, переговоры, организационно-технические моменты. Неоценимую помощь в организации практик и последующем трудоустройстве оказывают Департамент информационной политики Тюменской области, ОАО «Запсибкомбанк», ООО «Интернет-издание «Ньюспром.ру», газеты «Тюменская

область сегодня», «Тюменский курьер». На постоянной основе кафедра МиМУ также сотрудничает с отделом агитационно-пропагандистской работы Тюменского регионального отделения всероссийской политической партии «ЕДИНАЯ РОССИЯ», руководитель которого Швецова О.В., являющаяся выпускницей кафедры, выступила экспертом при оценке ООП по направлению подготовки бакалавров «Реклама и связи с общественностью». ТРО ВПП «Единая Россия» предоставляет возможность прохождения практики студентам с первого курса обучения за счет участия в социологических исследованиях, журналисткой деятельности в газете «Тюменский край», работы в отделе.

Предварительное распределение на практику осуществляется за 2-3 месяца на основании договора, заключенного между директором института Менеджмента и бизнеса и руководителем предприятия. Окончательное закрепление места практики за студентом и сроки проведения практики утверждаются приказом по институту.

По окончании практики каждый студент оформляет отчет и предоставляет его руководителю практики от организации (предприятия), который пишет отзыв о проделанной работе, где указывается отношение студента к порученной работе, степень его подготовленности к практической деятельности, выделяются наиболее значимые предпринимательские, аналитические и другие характеристики. Дается оценка работы. Отзыв заверяется печатью организации (предприятия).

Отчет и отзыв руководителя организации (предприятия) предоставляются бакалавром на кафедру в установленные сроки, после чего на кафедре проводится процедура защиты отчёта в присутствии комиссии, назначаемой заведующим кафедрой.

В своем коротком сообщении (5-7 минут) бакалавр должен выделить основные наиболее значимые моменты по каждому из этапов практики. Особое внимание при защите обращается на выполнение индивидуального задания, т.е. на ту информацию, в сборе и обработке которой бакалавр принял непосредственное участие и получил результаты, которые будут отражены в дипломной работе. По итогам защиты выставляется оценка, которая проставляется в зачетную книжку бакалавра.

Кафедрой МиМУ разработаны методические указания по прохождению практик и написанию отчета. В настоящий момент на кафедре 100 % учебно-методическое обеспечение всех видов практик.

На кафедре МиМУ ответственной за организацию практик является канд. соц. наук, доцент кафедры Колтунова Ю.И., которая отвечает за методическое обеспечение проведения практик, документооборот и итоговую отчетность.

Результаты по проведению практик сводятся в итоговые отчеты, которые утверждаются заведующим кафедрой, дирекцией и сдаются в Учебно-методическое управление ТюмГНГУ в соответствии с графиком учебного процесса.

Анализ организации практик показал, что практическая подготовка бакалавров направления 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» проводится в соответствии с требованиями организационно-распорядительных документов.

#### ***Выводы по разделу.***

Таким образом, учебный процесс по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» организован в соответствии с требованиями ФГОС ВПО, полностью соответствует рабочему учебному плану и программам дисциплин. Занятия проводятся в строгом соответствии с расписанием. При разработке учебного плана обеспечена последовательность и логичность изучения учебных дисциплин, обеспечена ориентация на лучшие отечественные и зарубежные аналоги образовательных программ, применение предпринимательских идей в содержании курсов и использование в учебном процессе результатов сотрудничества с организациями, предприятиями, научными учреждениями, зарубежными партнерами. Качество организации самостоятельной работы обучающихся соответствует требованиям ФГОС ВПО и современным инновационным тенденциям.

### **5 Качество подготовки специалистов**

В университете функционирует система контроля качества подготовки специалистов, включающая оценку уровня требований при приёме обучающихся, текущих аттестациях, итоговой государственной аттестации.

#### **5.1 Оценка уровня требований при приеме обучающихся**

Зачисление на 1 курс по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» проводится на конкурсной основе на места с полным возмещением затрат на обучение по результатам Единого государственного экзамена по профильным дисциплинам после оформления соответствующих документов.

Абитуриентам, поступающим на направление 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» необходимо предоставить в приемную комиссию результаты сдачи ЕГЭ по истории, русскому языку и обществознанию. Приемная комиссия университета на конкурсной основе определяет пороговое значение баллов для зачета заявленных результатов.

В 2011-2012 уч. году было принято на очную форму обучения 22 чел., на заочную форму – 18 чел., в 2012-2013 уч. году – 29 чел. и 22 чел. соответственно, в 2013-2014 уч. году набор проводился только на очную форму обучения – 29 человек.

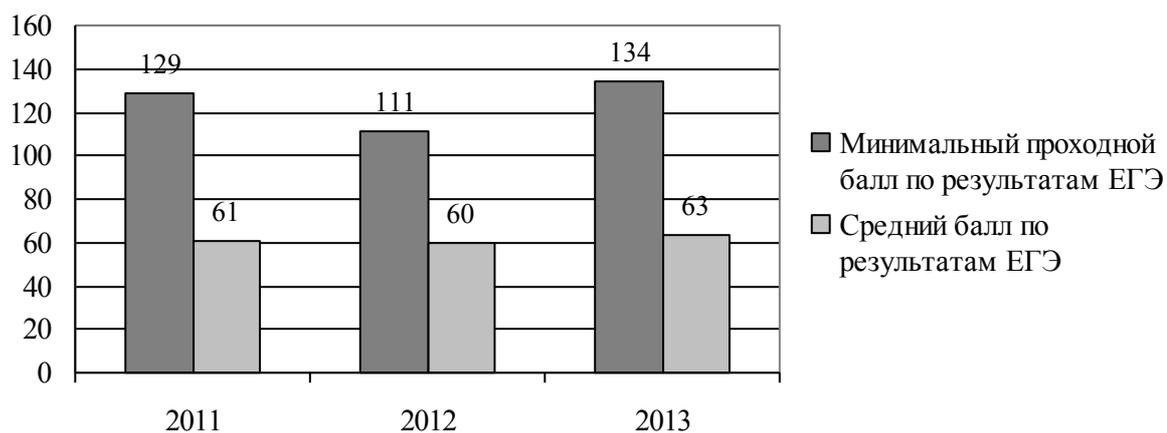


Рисунок 2. Результаты мониторинга вступительных испытаний по ООП 031600 «Реклама и связи с общественностью»

Средний балл ЕГЭ составил 60,9 баллов в 2011 году, 59,6 балл в 2012 году и 63 балла в 2013 году (Приложение 6).

Таким образом, численность абитуриентов на данное направление по очной и заочной формам обучения практически остается постоянной.

Кафедра МиМУ активно участвует в профориентационной работе. Для этого:

- 1) ежегодно рассматривается и утверждается план профориентационной работы кафедры;
- 2) разрабатываются наглядные пособия рекламного-агитационного характера;
- 3) обновляются буклеты, брошюры, видеоролики, стенды и т.д.;
- 4) организуется проведение профориентационных встреч со школьниками выпускных классов, лицеистами, выпускниками специальных учебных заведений;
- 5) обеспечивается взаимодействие кафедры со СМИ с целью рекламирования направления и научной деятельности кафедры.

## 5.2. Текущий контроль и промежуточная аттестация

Количество текущих форм контроля обучающихся по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» соответствует ФГОС.

Система оценки знаний студентов в течение семестра складывается из традиционных видов контроля: устного опроса на практических и семинарских занятиях, использования тестовых заданий для текущего контроля знаний, коллективного обсуждения круга проблем по определенной тематике, проверка конспектов научной и учебной литературы. Каждый устный ответ студента и письменная работа оценивается соответствующими баллами. Суммой баллов определяется качество успеваемости студентов

между контрольными точками. Каждым преподавателем разработана система рейтинговой оценки знаний студентов по соответствующим дисциплинам, которая используется для организации межсессионного контроля знаний.

С целью повышения текущей успеваемости и развития творческих способностей обучающихся кафедра привлекает студентов к проведению специальных мероприятий: фестивалей, конференций, акций, презентаций и т.п. В этот процесс вовлекаются не только отличники учёбы, но и слабоуспевающие студенты, которые более серьезно начинают относиться к занятиям. Ежегодно для студентов кафедра организует мастер-классы, которые проводят теоретики и практики в сфере рекламы и связей с общественностью из Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Челябинска, Тюмени.

Регулярно проводятся кураторские часы, на которых обсуждается и анализируется текущая успеваемость студентов, актуальные проблемы учебы и творчества студентов. На ежемесячных заседаниях кафедры рассматриваются вопросы, связанные с успеваемостью студентов. На стенде кафедры вывешиваются выписки из протоколов заседаний с объявлением выговоров неуспевающим студентам. Преподаватели проводят дополнительные консультации для неуспевающих студентов, практикуют регулярные телефонные и личные беседы с их родителями.

На заседаниях кафедры МиМУ регулярно обсуждаются требования к экзамену, зачету, защите курсовых работ, требования корректируются в соответствии с итогами промежуточных аттестаций. На основании многолетнего опыта работы были сформулированы следующие требования: студенты должны проводить социально-политический, социально-психологический анализ коммуникативной сферы общества, а также используемых технологий, современных информационных методов управления обществом (предприятием); выбирать, проектировать, описывать, анализировать процессы, необходимые для решения поставленных задач с учетом принципов социально-экономической целесообразности; выбирать наиболее эффективный инструментарий для осуществления поставленных задач; выбирать и обосновывать современные методы организации коммуникативного пространства предприятия, его информационного обеспечения и управления, а также оценивать социально-коммуникативную эффективность проектов; выполнять исследования коммуникативной сферы предприятия с применением современных методик исследования и обработки получаемых результатов; реализовывать и оценивать управленческие решения, направленные на формирование нематериальных активов (репутации) предприятия; составлять обзор научной литературы и представлять результаты своей работы в виде рукописи и необходимых приложений с соблюдением действующих стандартов оформления данного вида работ.

Навыки научного исследования студенты приобретают в процессе выполнения курсовых работ. Повышению их качества способствует

публичная защита с использованием мультимедийных технологий. Вопросы к экзаменам и зачетам ежегодно пересматриваются и формулируются с учетом современных достижений науки с привлечением междисциплинарных связей.

Анализ результатов промежуточных аттестаций показывает, что основная масса студентов овладевает учебным материалом в соответствии с Госстандартом. Снижение результатов текущих аттестаций объясняется и слабой подготовкой студентов по общеобразовательным предметам основного общего (полного) образования. Для улучшения ситуации руководство ТюмГНГУ вынуждено было ввести с 2011-2012 уч. года дополнительные занятия для студентов 1 курса по математике и русскому языку в целях соответствия знаний студентов требованиям вуза.

Контроль знаний студентов, обучающихся по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» планируется, организуется и осуществляется согласно внутривузовским нормативным актам, в том числе согласно Положению о рейтинговой системе оценки успеваемости студентов Тюменского государственного нефтегазового университета (от 29.12. 2004 г. протокол № 3). В целях более дифференцированного подхода при оценке знаний студентов используется 100-бальная система (вместо традиционной, 5-бальной системы оценок).

В 2005 году успешно внедрена рейтинговая система для студентов, основанная на «накопительном принципе» при выставлении итоговой оценки на экзамене (зачете). В течение семестра студент оценивается по трем аттестациям. Из предложенных преподавателем заданий и форм отчетности студент может выбрать те задания, которые соответствуют его знаниям и получить балл, соответствующий сложности задания.

Текущая проверка знаний проводится во время учебного процесса в соответствии со сроками аттестации. Проверка осуществляется параллельно преподавателями, ведущими лекции и практические занятия. Такой двусторонний контроль показал свою эффективность, что способствует повышению качества образовательного процесса.

По каждой дисциплине общепрофессионального блока и блока специальных дисциплин созданы тестовые задания (на каждую дисциплину по 100), которые включают в себя от 5 до 10 вариантов, ключи, спецификации по темам, шкалам оценивания, инструкции для студентов по организации ответов.

Анализ текущей аттестации обучающихся показал, абсолютная успеваемость студентов очной формы обучения выросла на 3 % в 2012-2013 уч. году по сравнению с 2011-2012 уч. годом и снизилась на 1% в 2013-2014 уч. году по сравнению с 2012-2013 уч. годом. (Приложение 7).

Качественная успеваемость студентов направления «Реклама и связи с общественностью» также выросла на 5 % в 2012-2013 уч. году по сравнению с 2011-2012 уч. годом и снизилась на 7% в 2013-2014 уч. году по сравнению с 2012-2013 уч. годом (Приложение 7).

### **5.3. Анализ результатов контроля знаний обучающихся в процессе самообследования**

Проверка уровня остаточных знаний студентов проводится через год после завершения изучения дисциплины без предварительной подготовки студентов. Контроль остаточных знаний проводится по разным циклам дисциплин (гуманитарному и социально-экономическому, математическому и естественнонаучному, профессиональному).

При проведении проверки уровня остаточных знаний обеспечивается присутствие всех студентов, обучающихся в конкретной группе. Допускается отсутствие не более 10 % от численности группы при наличии уважительных причин.

На кафедре МиМУ имеется пакет документов (тесты, контрольные вопросы, задания) для проведения опросов по выявлению остаточных знаний, которые утверждены Советом преподавателей направления. На заседании кафедры, предшествующем проверке, назначается ответственный за проведение контроля остаточных знаний и составление отчетности.

Контроль знаний студентов по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» проводится в системе Educon и форме интернет - экзаменов. Результаты контроля знаний студентов по всем циклам дисциплин представлены в приложении 8.

Анализ контроля знаний студентов (приложение 8), показал, что в целом студенты успешно осваивают все циклы дисциплин ГСЭ (89%), ЕН (70%) и ПЦ (77%).

Кафедрой разработан комплекс мер, направленных на повышение уровня базовых знаний студентов: проведение совместных методических семинаров с преподавателями невыпускающих кафедр; проведение коллоквиумов и учебных конференций преподавателями кафедры; приглашение преподавателей с других кафедр на заседания совета преподавателей направления; обсуждение результатов интернет-экзаменов кураторами со студентами; аудит рабочих программ и рейтинговой оценки знаний по дисциплинам; проведение дополнительных консультаций перед интернет-экзаменом; использование системы интернет-тренажеров; проведение тренингов на повышение мотивации студентов к учебной деятельности.

### **5.4 Итоговая аттестация выпускников. Востребованность выпускников.**

Определяющими при оценке качества подготовки являются результаты итоговой аттестации выпускников (Приложение 9), а также отсутствие или наличие отзывов работодателей о качестве их подготовки.

Государственная аттестация выпускников согласно графику учебного процесса запланирована на май-июнь 2015 года. Итоговая государственная аттестация будет включать два этапа: сдача государственного экзамена и защита выпускной квалификационной работы.

Тематика закрепленных выпускных квалификационных работ полностью соответствует профилю подготовки бакалавров: она носит актуальный характер, соответствует современной социально-экономической и политической стратегии государства, интересам некоммерческих организаций, предприятий всех форм собственности, частных лиц. Исследования студентов учитывают специфику современных социальных технологий, менеджмента, маркетинга, связей с общественностью, рекламы, коммуникативистики и других наук.

Кафедра предъявляет следующие требования к выпускным квалификационным (дипломным) работам согласно ФГОС: оценке «отлично» соответствует выпускная квалификационная работа, которая содержит самостоятельное оригинальное решение проблемы, обозначенной в дипломном исследовании. В ней должны предлагаться авторские подходы к решению актуальных задач рекламы и связей с общественностью, новые технологические решения. В данной работе должны быть широко использованы научные методы исследования, содержаться глубокие, научно-теоретические и практические обоснования выдвигаемых положений и рекомендаций. Оценка «хорошо» выставляется, если работа выполнена компилятивным методом, содержит достаточно глубокий теоретический анализ избранной проблемы, научно обоснованные практические рекомендации по решению важнейших задач в сфере деловых коммуникаций. На «удовлетворительно» оцениваются работы, в которых студенты недостаточно глубоко обосновывают научно-теоретическую базу исследуемой проблемы, практические рекомендации не подкреплены конкретными социологическими исследованиями.

В качестве научных руководителей ВКР назначаются профессора, доценты и ассистенты кафедры в соответствии с их квалификацией и научными интересами. К рецензированию ВКР привлекаются ведущие специалисты по рекламе и связям с общественностью, руководители подразделений предприятий, коммуникативных агентств России, Тюменской области.

В 2014-2015 учебном году состоится первый выпуск бакалавров по направлению подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью». За период с 2009 по 2013гг. процент трудоустроенных выпускников по специальности 030602.65 «Связи с общественностью» составлял не менее 95%. Это позволяет сделать благоприятный прогноз по трудоустройству выпускников-бакалавров.

На кафедре маркетинга и муниципального управления используются следующие формы работы по трудоустройству выпускников: комиссии по предварительному и окончательному трудоустройству выпускников, участниками которых являются студенты старших курсов, преподаватели кафедры и потенциальные работодатели; «Ярмарка вакансий», моделирующие и деловые игры для студентов старших курсов; конференции, мастер-классы с участием специалистов по вопросам трудоустройства и т.д.

Для отслеживания карьерного роста выпускников в модуле «Трудоустройство выпускников» заполняются электронные анкеты, составляются базы данных, планируется проведение анкетирования работодателей.

Выпускники имеют возможность по окончании обучения поступить в магистратуру по направлению подготовки 031600.68 «Реклама и связи с общественностью».

**Выводы и рекомендации комиссии по разделу.** Комплектование направления подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» осуществляется в соответствии с контрольными цифрами приема на основе нормативных документов. С целью обеспечения набора на специальность кафедра активно участвует в профориентационной работе.

Подготовка выпускников соответствует федеральному государственному образовательному стандарту высшего профессионального образования в части государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки.

## **6. Кадровое обеспечение подготовки бакалавров**

Реализация основных образовательных программ подготовки бакалавров по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю подготовки бакалавров и систематически занимающимися научной или научно-методической деятельностью; преподаватели профессиональных и специальных дисциплин, которые, как правило, должны иметь ученую степень или достаточный опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере.

Кадровое обеспечение образовательного процесса за отчетный период представлено достаточно в полном объеме. Сократилось количество педагогических работников, не имеющих ученой степени. В результате, качественный состав педагогических работников улучшился: увеличился процент преподавателей, имеющих ученые степени. При сохранении общего количества работников, имеющих ученые степени, увеличился процент преподавателей со степенью кандидата и доктора наук.

Образовательный ценз и возрастной состав преподавателей соответствует лицензионным требованиям: все преподаватели имеют высшее

профессиональное образование и средний возраст до 60-ти лет. Кадровый состав, осуществляющий реализацию основной образовательной программы, приводится в Приложении 10. Базовое образование всех преподавателей соответствует профилю преподаваемых дисциплин. Качественный состав ППС в целом по циклам дисциплин приводится в Приложении 11.

Кадровое обеспечение по реализуемой программе и циклам дисциплин (гуманитарный, социальный и экономический цикл; математический естественнонаучный цикл; профессиональный цикл) соответствует лицензионным требованиям: процент лиц с учеными степенями и учеными званиями составляет 73% (Приложение 10). По данной образовательной программе преимущественно работают штатные преподаватели 90% (Приложение 11). Совместители, как правило, преподают дисциплины специализации, это практикующие специалисты по связям с общественностью и журналисты, которые передают студентам практические навыки работы в данной сфере деятельности.

Курсы повышения квалификации преподаватели кафедры проходят регулярно, каждые три года, что соответствует нормативным требованиям Министерства образования и науки РФ и ФЗ от 29.12. 2012 года «Об образовании в Российской Федерации». На кафедре ежегодно составляются планы повышения квалификации, выполнение которых контролируется как заведующим кафедрой, так и руководством института и УМУ ТюмГНГУ. Преподаватели, прошедшие те или иные курсы повышения квалификации, предоставляют отчеты, которые утверждаются на заседаниях кафедры.

К основным формам повышения квалификации относятся: аспирантура; работа над докторской и кандидатской диссертациями, а также различные курсы и семинары в объеме 72-х часов.

В течение отчетного периода преподаватели кафедры прошли переподготовку и получили сертификаты по следующим направлениям: «Научно – инновационная деятельность образовательного учреждения», «Теория и практика проектирования современных образовательных технологий», «Социально – политические аспекты модернизации современной России», «Эффективная реализация современных образовательных технологий», «Педагогика высшей школы, «Защита интеллектуальной собственности», «Информационные технологии. Преподаватель (тьютор) дистанционного образования», «Психология рекламы и Public relations», «Public management городской социальной среды», «Научно-инновационная деятельность образовательного учреждения», «Социально-политические аспекты модернизации современной России», «Инновационное предпринимательство в научно-образовательной сфере».

Образовательный процесс по направлению подготовки обеспечивают 28 преподавателей (включая внешних совместителей – 2 человека), из них с учёной степенью доктора наук 6 человек и учёной степенью кандидата наук – 14 человек. Процент штатных единиц профессорско-преподавательского

состава составляет 90%. Процент профессорско-преподавательского состава, с базовым образованием по преподаваемой дисциплине составляет 93%.

Остепенённость профессорско-преподавательского состава, читающего гуманитарный, социальный и экономический цикл составляет – 85%; математический естественнонаучный цикл – 33%; профессиональный цикл – 62%. Общая остепенённость по направлению подготовки составляет 73%, доля преподавателей с учёной степенью доктора наук – 23%.

Кадровое обеспечение подготовки бакалавров характеризует анализ следующих показателей:

- укомплектованность штатов – 100%
- качественный состав ППС: доля профессоров, докторов наук – 23 %, доцентов, кандидатов наук – 48%; возрастной состав ППС – до 35 лет – 34%;
- количество штатных ППС с ученой степенью и/или званием в возрасте до 35 лет – 34%; свыше 35 лет – 65%;
- количество штатных ППС с ученой степенью доктора наук и/или званием профессора в возрасте до 50 лет – 10%;
- наличие у штатных преподавателей опыта работы на производстве составляет 25%;
- требования к ППС при избрании на вакантные должности – диплом РФ о высшем образовании, соответствующий профилю читаемых дисциплин; наличие степени кандидата или доктора наук; ученого звания доцента или профессора; высокая публикационная активность;
- организация повышения квалификации ППС, доля преподавателей, прошедших курсы повышения квалификации или переподготовку за последние 3 года – 100%;
- доля преподавателей, защитивших за последние 5 лет докторские и кандидатские диссертации – 5%;
- количество преподавателей, обучающихся в аспирантуре и докторантуре – 2 чел;
- количество преподавателей с базовым образованием, соответствующим профилю преподаваемых дисциплины составляет 93%.

Ежегодно в рамках университета проводятся различные методические и методологические семинары, в работе которых профессорско-преподавательский состав принимает активное участие. Регулярно проводятся учебно-методические семинары, основная тематика которых: методика проведения лекционных и практических занятий по дисциплинам; обсуждение особенностей рейтинговой оценки знаний студентов; междисциплинарные связи; обсуждение методических изданий; обсуждение рабочих программ; формы и методы организации самостоятельной работы студентов; методическая обеспеченность направления подготовки, материальная база и перспективы развития.

**Вывод.** Состояние кадрового обеспечения и организация повышения квалификации преподавателей достаточны для обеспечения образовательного процесса. Кроме этого, созданы условия для повышения

квалификации преподавателей с недостаточным уровнем компетенций. В целом по основной образовательной программе доля лиц с учеными степенями и званиями составляет 73%, что соответствует показателю стандарта ФГОС.

## **7 Учебно-методическое, информационное и библиотечное обеспечение**

### **7.1 Обеспеченность основной и дополнительной учебной и учебно-методической литературой**

Для организации учебного процесса студентов функционирует библиотечно-информационный центр (БИЦ), в котором в достаточном количестве находится основная и дополнительная литература и доступ к электронным изданиям.

Библиотечные фонды в основном обеспечены учебниками и учебными пособиями по образовательной программе по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью». В среднем по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» обеспеченность учебниками, учебными пособиями на 1 студента соответствует необходимым нормативам. В пределах норматива находится обеспеченность услугами читательского зала и компьютерных классов.

Обязательным требованием является обеспеченность предмета несколькими новыми учебными пособиями, имеющими гриф УМО или Министерства в расчете соблюдения норматива обязательной литературы. Издания высокой научной значимости, но далекие от содержания ФГОС по предмету, приобретаются в меньшем количестве и составляют фонд дополнительной литературы.

Обеспечение литературой студентов направления «Реклама и связи с общественностью» возложено на Библиотечно-информационный центр ТюмГНГУ. Сотрудники библиотеки поддерживают связь с кафедрой относительно перечня обязательной и дополнительной литературы. Отдел комплектации принимает заказы на приобретение учебной и научной литературы. Вопросы обеспечения студентов учебно-методической литературой постоянно рассматриваются на заседаниях Ученого Совета. Сведения об обеспеченности обучающихся основной учебной литературой по всем дисциплинам учебного плана представлены в приложении 12. В целом степень новизны - 100%, что соответствует требованиям.

Студенты обеспечены дополнительной и справочно-библиографической литературой в достаточном количестве. Список периодических изданий, получаемых библиотекой по профилю ООП, соответствуют требованиям ФГОС. Доступ к информационным носителям в электронной форме обеспечивается в зале электронной информации. Создан электронный каталог библиотеки, студенты имеют возможность пользоваться базой данных («Medline», «Гарант»), выход в Интернет.

Все циклы дисциплин учебного плана ООП на 100% обеспечены основной и дополнительной литературой.

Обучающимся обеспечена возможность свободного доступа к электронной библиотеке и электронным библиотечным системам:

1. «Университетская библиотека on-line» (<http://www.tsogu.ru/lib>).
2. Издательство ИНФРА-М (<http://www.znaniium.com>).
3. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<http://www.e.lanbook.com>).
4. Национальный цифровой ресурс "Рукопт" (<http://www.rucont.ru>).
5. ЭБС "Юрайт" (<http://www.biblio-online.ru>).
6. Издательство КНОРУС (<http://www.book.ru>).
7. Научная электронная библиотека (<http://www.elibrary.ru>).
8. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной Библиотеки.

Все студенты имеют возможность открытого доступа к фондам учебно-методической документации на страницах выпускающих кафедр сайта ФГБОУ ВПО «ТюмГНГУ»: <http://www.tsogu.ru>.

Достаточность и современность источников литературы по всем дисциплинам учебного плана направления 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» соответствует установленным нормативам и характеризуется следующими показателями (приложения 12, 13):

объем фонда учебной и учебно-методической литературы (по всем циклам ООП) 301 наименование (4437 экз.);

обеспеченность учебной и учебно-методической литературой (экз. на 1 обучающегося) – 177,5 экз.;

доля изданий учебной и учебно-методической литературы изданий, вышедших за последние 5 (10) лет от общего количества – 100%.

Библиотечный фонд БиЦ ТюмГНГУ содержит достаточное число экземпляров рекомендуемой учебной и учебно-методической литературы, в том числе по циклам дисциплин:

- ГСЭ – 22,5 экз. на одного обучающегося;
- ЕН – 13 экз. на одного обучающегося;
- ПЦ – 124,5 экз. на одного обучающегося;
- Б.4 – 7,6 экз. на одного обучающегося;
- Ф – 9,9 экз. на одного обучающегося.

Обучающиеся по направлению «Реклама и связи с общественностью» обеспечены дополнительной литературой, периодическими изданиями, справочно-библиографической литературой по профилю ООП.

К рекомендуемым периодическим изданиям относятся следующие периодические издания: «СОЦИС», «Рекламные технологии», «Политические исследования», «Индустрия рекламы», «Общественные науки и современность», «Вопросы экономики», «Российский экономический журнал», «Регион: экономика и социология», «Вестник МГУ», «Журнал

Российского права», «Советник», «PR в России и за рубежом», «Рекламодатель: теория и практика» и др.

При подготовке к практическим занятиям студенты могут пользоваться не только основной и дополнительной литературой по курсу, но и различными электронными публикациями, связанными по тематике с курсом, которые можно найти в электронных библиотеках:

1. <http://www.nns.ru/>
2. <http://www.finbook.biz/>
3. <http://www.consaltuslug.net>
4. <http://eup.ru>

## **7.2. Учебно-методические материалы, разработанные преподавателями выпускающей кафедры**

На кафедре маркетинга и муниципального управления ведется работа по обеспечению учебного процесса учебно-методической литературой, создание собственных учебно-методических материалов (методические разработки по самостоятельной работе студентов, научно-исследовательской работе), переработаны методические указания к дипломной работе и перечень практических навыков.

Перечень монографий, учебников и учебных пособий, изданных за 5 лет, представлен в приложениях 14, 15.

За анализируемый период преподавателями кафедры издано:

- 25 монографий, в том числе: 2010 г. – 4; 2011 г. – 10; 2012 г. – 5; 2013 г. – 6.
- 25 учебников и учебных пособий, в том числе: 2010 г. – 4; 2011 г. – 3; 2012 г. – 7; 2013 г. – 3, 2014 г. – 8.

На кафедре маркетинга и муниципального управления ведется работа по обеспечению учебного процесса учебно-методической литературой, создание собственных учебно-методических материалов (методические разработки по самостоятельной работе студентов, научно-исследовательской работе), переработаны методические указания к дипломной работе и перечень практических навыков.

За анализируемый период преподавателями кафедры было издано 37 методических указаний для бакалавриата направления «Реклама и связи с общественностью», в том числе: 1 по итоговой государственной аттестации; 1 - по программам практик; 35 по изучению дисциплин.

В целом студенты, обучающиеся по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» обеспечена необходимой учебно-методической литературой. Соблюдаются единые требования к учебно-методическому обеспечению и системному обновлению содержания, увеличению библиотечного фонда и расширению использования программно-информационного обеспечения.

### 7.3. Программно-информационное обеспечение учебного процесса

Программно-информационное обеспечение всех циклов дисциплин, в т.ч. наличие электронных учебников, доступ к базам данных, мультимедийных презентаций, программное обеспечение полностью соответствует необходимым требованиям подготовки бакалавров по направлению РСОБ.

Все внутривузовские издания учебников, рабочих программ, методических указаний и т.п. существуют в электронном виде. Кроме того, в фонде кафедры имеется набор приобретенных видео - материалов, которые широко используются на практических занятиях.

Техническое обеспечение кафедры в силу стремительного развития технологий постоянно претерпевает различного рода обновления. На сегодняшний день кафедра владеет:

- пятью мультимедийными аудиториями, оснащенными современным оборудованием: проектор «Epson»; настенный экран SlimScreen, доступ в корпоративную сеть, ПО Open Office;
- компьютерным классом на 16 рабочих мест, оснащенным: системными блоками Intel (R), Core (TM)2, Quad CPU, Q8200, 2,33 GHZ, операт. память 4 ГБ, HDD: 500 ГБ, проги: «Office 2007».с обязательным выходом во всемирную сеть Интернет всех компьютеров;
- цифровыми видео и фотокамерами;
- DVD и телевизионными моноблоками для записи и воспроизведения видеоматериалов;
- компьютерными программами;
- копировальной техникой.

Целью непрерывной подготовки студентов в области информационных технологий является формирование у них навыков эффективного использования информационного ресурса в процессе обучения и будущей профессиональной деятельности.

Подготовку студентов в области информационных технологий можно разделить на базовую и специальную.

На первом этапе базовой подготовки студенты должны:

- овладеть основными приемами работы с аппаратными компьютерными средствами и оргтехникой, программными инструментальными средствами и оболочками, научиться применять их для решения задач будущей профессиональной деятельности;
- усвоить фундаментальные законы информатики и принципы функционирования аппаратного обеспечения компьютерных систем;
- познакомиться с современными методами сбора, подготовки, обработки, хранения, обновления, представления и использования информации.

На втором этапе происходит обучения студентов современным информационным технологиям по области применения. В основе

сложившегося к настоящему времени понимания информационной технологии лежит положение о том, что пользователь может практически в любое время и в любой месте получить всю требующуюся ему информацию, которая храниться в едином информационном фонде. Эта информация представлена так, чтобы обеспечить наиболее эффективное ее использование, при условии, что пользователь обладает соответствующими правами доступа к этой информации.

При этом студент должен:

- уметь грамотно формулировать запросы к банкам данных и знаний;
- знать и соблюдать правила компьютерной безопасности и защиты информации.

В учебном процессе большое значение имеет использование сети Интернет. Для обучающихся обеспечен доступ к современным отечественным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам в зале БИЦ ТюмГНГУ, компьютерных классах университета, таким как «Консультант Плюс», «Гарант», «Экономика. Социология. Менеджмент. Образовательный портал», «Российский ресурсный центр учебных кейсов» и др., а также к электронно-библиотечным системам и полнотекстовым зарубежным базам данных и периодическим изданиям:

1. <http://www.dissland.com>
2. <http://revolution.allbest.ru>
3. <http://www.consultant.ru>
4. <http://www.audit-it.ru>
5. <http://www.rusconsult.ru>
6. <http://hbr-russia.ru>
7. <http://www.vedomosti.ru>
8. <http://www.smoney.ru>
9. <http://www.kommersant.ru>
10. <http://www.creativeconomy.ru>
11. <http://nppir.ru>
12. <http://www.torgrus.com>
13. <http://www.retail.ru>
14. <http://www.karta-smi.ru>
15. <http://grebennikon.ru>
16. <http://www.theignatpost.ru>
17. <http://www.exponet.ru>
18. <http://www.cfin.ru>

В учебном процессе широко используются активные и инновационные методы обучения с использованием программных продуктов, электронных учебников, мультимедийных курсов лекций, электронных тестов.

Активные методы обучения и используемые программные продукты позволяют развивать у студентов творческие способности, навыки

самостоятельной работы и овладеть информационными технологиями управления.

Программное обеспечение и мультимедийные лекции, электронные учебники, информационные базы данных по профилю направления 031600.62 «Реклама и связи с общественностью», разработанные ППС кафедры за период 2010-2014 гг., представлены в таблицах 1, 2.

Таблица 1

Электронные учебные и учебно-методические пособия,  
разработанные ППС кафедры

Год	Авторы	Наименование издания	Наименование органа, зарегистрировавшего издание	Наименование, номер документа о регистрации издания	Дисциплина(ы), в которой (-ых) используется издание
2011	Белоножко М.Л., Абрамовский А.Л.	Электронное УП: «Основы маркетинга»	Министерство связи и масс. коммуникаций РФ ФГУП НТЦ"ИНФОРМРЕГИСТР"	Регистрационное свидетельство обязательного федерального экземпляра электронного издания №23732	Основы маркетинга, маркетинговые исследования и ситуационный анализ.
2013	Герасимова Г.И.	Методология и методы исследования в связях с общественностью.	ФГУП НТЦ «ИНФОРМРЕГИСТР»	Регистрационное свидетельство обязательного федерального экземпляра электронного издания №30509	Теория и практика связей с общественностью; Введение в связи с общественностью; Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью.
2013	Богданова Л.Ф., Медведев П.С.	Античные образы в зарубежной литературе.	ФГУП НТЦ «ИНФОРМРЕГИСТР»	Регистрационное свидетельство обязательного федерального экземпляра электронного издания №30508	История мировой литературы и искусства.
2013	Скорбенко А.Н.	Основы журналистского мастерства.	ФГУП НТЦ «ИНФОРМРЕГИСТР»	Регистрационное свидетельство	Современная пресс служба;

				обязательного федерального экземпляра электронного издания №30507	Теория и практика массовой информации. Связи с общественно стью в СМИ
2014	Толмачева С.В.	Рекламная деятельность		Документы на регистрации в Роспатенте	Основы рекламы и связей с общественно стью; организация работы отделов рекламы и связей с общественно стью; введение в рекламу и связи с общественно стью.

*Таблица 2*

Лекции с мультимедийным сопровождением, разработанные ППС кафедры

Наименование дисциплины	Количество лекций
Введение в рекламу и связи с общественностью	9
Основы рекламы и связей с общественностью	72
Имиджелогия	9
Реклама и связи с общественностью в бизнесе	9
Телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью	9
Консалтинг в рекламе и связях с общественностью	9
Реклама и связи с общественностью в интернете	9
Информационно-аналитическая работа в рекламе и связях с общественностью	9
Социология массовых коммуникаций	36
Бренд-менеджмент	9
Организация кампаний в сфере коммуникаций	13
Теория практика массовой информации	36
Основы маркетинга	18

**Вывод.** В целом направление: 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» обеспечено необходимой учебно-методической литературой. Соблюдаются единые требования к учебно-методическому обеспечению и системному обновлению содержания, увеличению библиотечного фонда и расширению использования программно-информационного обеспечения.

Дисциплины учебного плана направления «Реклама и связи с общественностью» оснащены необходимым программным обеспечением и мультимедийными лекциями. Соблюдаются единые требования к программно-информационному обеспечению учебного процесса.

## **8 Научно-исследовательская и научно-методическая деятельность профессорско-преподавательского состава и обучающихся**

Качество образования в значительной мере зависит от качества научно-исследовательской и научно-методической деятельности, которая, в свою очередь, определяет уровень квалификации кадров, их научный авторитет, известность в России и за рубежом, показатель интенсивности их деятельности.

В целом организация научно-исследовательской деятельности по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» включает:

- изучение, обобщение и распространение опыта научной работы по основным направлениям профильной науки;
- проведение исследований по заданной и инициативной тематике;
- участие в планировании научной работы кафедры, института и университета;
- подготовку и обсуждение монографий, учебников, научных, учебно-научных и учебно-методических пособий;
- повышение научной квалификации преподавателей, подготовка аспирантов и соискателей;
- обсуждение тем и планов-перспектив диссертационных исследований, научных сообщений, диссертаций аспирантов и соискателей;
- подготовку заключений по диссертациям и авторефератам соискателей ученых степеней внешних организаций;
- организацию научных конференций и семинаров; участие в научных мероприятиях кафедры, института, вуза, города, региона, страны;
- планирование, организация и научное руководство работой студентов;
- организация и проведение научного информирования профессорско-преподавательского состава, аспирантов и студентов;
- изучение опыта работы научно-исследовательских организаций и родственных кафедр других вузов в интересах совершенствования научной работы и использования в образовательном процессе;
- подготовка отчетных документов по научно-исследовательской работе.

Организация научно-исследовательской работы предусматривает концентрацию усилий профессорско-преподавательского состава по разным научным направлениям и организационно-методическим аспектам.

Повышению качества научно-исследовательской работы и ее результатов способствует личная заинтересованность исполнителей и совпадение их творческих замыслов (научных интересов, диссертационных исследований) с тематикой научно-исследовательской работы. Результаты научных исследований находят отражение в учебниках, учебных пособиях и монографиях, которые используются студентами при изучении дисциплин учебного плана.

В учебном процессе по программе 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» используются сведения, полученные в ходе исследовательской работы по основным направлениям профильной науки:

1) реклама и связи с общественностью – современные социальные коммуникативные технологии, их влияние на социально-экономическую и политическую сферы;

2) реклама и связи с общественностью – современный социальный институт: история, современность, перспективы развития;

3) реклама и связи с общественностью как социальное взаимодействие: институциональный уровень управления;

4) реклама и связи с общественностью как функция социального управления: принципы, структура и методы;

5) особенности и сущность комплекса рекламы и связей с общественностью как деятельности и социальных технологий;

6) методологические проблемы теоретического анализа рекламы и связей с общественностью.

Перспективным научно-исследовательским направлением является «Социально-экономический анализ формирования связей с общественностью как социального института» (руководитель доцент Г.И. Герасимова). В рамках направления выделяются следующие темы:

1) формирование ценностных ориентаций молодежи средствами рекламы и связей с общественностью;

2) психолого-педагогическое сопровождение формирования профессиональных компетенций специалиста по рекламе и связям с общественностью;

3) глобальные тенденции модификации технологий социальной коммуникаций (по направлениям);

4) социальная реклама и связи с общественностью как коммуникативный управленческий ресурс;

5) социальные технологии формирования доверия в процессе взаимодействия власти и общества.

Разработки научного направления находят отражение в программах инновационного развития в программах ряда ведущих организаций региона, в частности: «Формирование ценностных ориентаций молодежи средствами

рекламы и связей с общественностью» – редакция газеты «Тюменский край»; психолого-педагогическое сопровождение формирования профессиональных компетенций специалиста по рекламе и связям с общественностью – представительство ООО «ЛУКОЙЛ Западная Сибирь»; глобальные тенденции модификации технологий социальной коммуникаций – ТРОО ВПП «Единая Россия».

По данным направления профессорско-преподавательский состав принимает участие в конференциях разного уровня (международные, всероссийские, региональные). Публикует статьи и тезисы (году 2011г. – 66 публикаций, в 2012 году – 51 публикация, в 2013 году – 90 публикаций). География публикации преподавателей кафедры широкая: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Челябинск, Барнаул, Краснодар, Казань, Тюмень, Новосибирск, Алма-Аты, Минск.

В рамках разрабатываемого направления преподаватели принимают участие в конференциях, семинарах, форумах. В качестве примера за 2013-2014 учебный год можно привести доклады на таких мероприятиях международного уровня, как: «Современные информационные и коммуникационные технологии в высшем образовании» (Рим, 2014), «Тенденции и перспективы развития электронного образования» (Тюмень, 2014), «Новые образовательные технологии в вузе» (Екатеринбург, 2014), «Актуальные проблемы молодежи, культуры, образования и управления» (Екатеринбург, 2014), «СМИ в условиях информационной глобализации» (Екатеринбург, 2013), «Применение инновационных технологий в образовании» (Москва, 2013), «Международные технологии в обучении, образовании, подготовке (Москва, 2013), «Нефть газ ТЭК» (Тюмень 2013), «Социально-экономическое, социально-политическое и социокультурное развитие регионов» (Тюмень, 2013), «Нефть и газ: Западной Сибири» (Тюмень, 2013), Петербургские чтения (Санкт-Петербург, 2013); всероссийского уровня: «Новые технологии – нефтегазовому региону» (Тюмень, 2013), «Человеческий и профессиональный потенциал молодежи региона» (Тюмень, 2013-2014), «Современные социально-коммуникативные технологии: тенденции развития и границы применения» (Тюмень, 2013), «Модернизационный потенциал и социальные практики: основа конкурентоспособности и консолидации российских регионов» (Тюмень, 2013).

Данная научная работа отражается в качественных и количественных показателях цитируемости в РИНЦ. Так за период 2013-2014 году в системе размещены: Герасимова Г.И. – 5 публикаций; Моор С.М. – 4 публикации; Стровский Д.Л. – 7 публикаций; Голиков Н.А. – 10 публикаций, Медведев П.С. – 1 публикация, Демьянова М.В. – 3 публикации, Ширяева И.Ю. – 1 публикация, Чупашева Е.В. – 4 публикации, Жилина А.А. – 1 публикация.

Профессорско-преподавательский состав обеспечивает образовательный процесс необходимыми учебно-методическими материалами. Ведется непосредственная подготовка научно-педагогических

и научных кадров. Преподаватели организуют учебный процесс, используя результаты научных исследований, разрабатывают методические указания, разрабатывают и ежегодно дополняют рабочие программы.

За период 2011-2013 изданы следующие учебно-методические пособия: «Управление коммуникациями», 2012 с грифом УМО (С.М. Моор), «Связи с общественностью: происхождение и ранняя история», Тюмень, ТюмГНГУ, 2013г., с грифом УМО (Герасимова Г.И.). Монографии: Социологический анализ связей с общественностью как управленческой деятельности, Тюмень, ТюмГНГУ, 2011г., (Герасимова, Г.И.); «Актуальные вопросы современного образования», Тюмень, ТюмГНГУ, 2010 г. (Верховцев К.Н. и др.); «Политика США по реформированию ООН в период администрации Дж. У. Буша: цели, принципы, приоритеты». Lambert Academic Publishing, 2011 г. (Юрченко М.М.); Государственно-частное партнерство в сфере культуры и искусства как модель профилактики молодежной безработицы Тюменской области, Тюмень, ТГАКИиСТ, 2012г. (Демьянова М.В. и др.); Механизм реализации муниципальных интересов, Тюмень, ТГАКИиСТ, 2011г. (Демьянова М.В.); Психологические основа расточительности и бережливости в юношестве, Lambert Academic Publishing, 2012 г. (Ширяева И.Ю.). «Качество жизни: проблемы, перспективы XXI века», Екатеринбург, 2013г. (Н.А. Голиков и др.).

В 2011-2012 учебном году созданы методические указания по дисциплинам направления подготовки бакалавров по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью». Всего разработано 40 методических указаний по дисциплинам учебного плана. Процент обеспеченности УМЛ дисциплин учебного плана составляет 100%.

Важной составляющей научной работы можно считать рабочие контакты с преподавателями и научными сотрудниками других вузов и научно-исследовательских институтов. Для студентов направления «Реклама и связи с общественностью» читают лекции, проводят мастер-классы и руководят дипломными работами доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов Кривоносов А.Д.; директор НИИ прикладной этики ТюмГНГУ доктор философских наук, профессор Бакштановский В.Л.; доктор политических наук, профессор Уральского федерального университета Стровский Д.Л.; доктор философии, научный сотрудник Центра российских и евроазиатских исследований Университета г. Упсала (Швеция) Г. Саймонс.

Преподаватели принимают участие в ежегодном конкурсе «Тюменская пресса», членом жюри которого является Г.И. Герасимова. Доцент Г.И. Герасимова также является руководителем комитета по образованию Региональной Ассоциации специалистов по связям с общественностью и членом аналогичного комитета в РАСО (Российская ассоциация по связям с общественностью). В 2010 г. Г.И. Герасимова стала лауреатом Уральской премии за достижение в области связей с общественностью «Белое крыло –

2010». Монография «Связи с общественностью в контексте социально-гуманитарных знаний» стала лауреатом на лучшую научную книгу 2010 года. В 2013 году монография «Качество жизни детей: инновации в образовании – от замысла к воплощению» под редакцией Н.А. Голикова представлена на международных конкурсах и выставках. Награды за монографию: Лауреат Международного конкурса Лучшая научная книга в гуманитарной сфере 2013, Диплом лауреата 2 степени Конкурса-выставки на лучшее научное и учебное издание по направлению «Качество жизни в экономике знаний»; Диплом лауреата 2 степени в номинации «Фундаментальные издания» международной Выставки-конкурса лучших научных и методических изданий международной конференции «Качество жизни: XXI век» (Екатеринбург, 2013 год). Н.А. Голиков – Победитель конкурса Современная школа (2013 год); удостоен Золотой медали Всероссийского конкурса «Учитель. Перед именем твоим...» (2014 год).

Ежегодно в рамках молодежного фестиваля «Призвание» (организаторы фестиваля: Департамент образования и науки Тюменской области, Тюменский государственный нефтегазовый университет, Региональная ассоциация специалистов по коммуникациям) организуется научно-практическая конференция. В 2011 г. кафедрой была проведена конференция «Власть-бизнес-молодежь: грани социального партнерства» в рамках всероссийского фестиваля «Призвание», в 2010 г. – II Всероссийский молодежный фестиваль креативных идей «Призвание», студенческая научно-практическая конференция «Актуальные вопросы медиапсихологии». В 2012 году проведена всероссийская конференция «Молодежь как преобразующий субъект социальной реальности». В 2013 году выпущен сборник материалов V Всероссийского молодежного фестиваля «Призвание» под научной редакцией Г.И. Герасимовой «Современные социально-коммуникативные технологии: тенденции развития и границы применения». На сборники этих конференций студенты ссылаются при написании курсовых и выпускных квалификационных работ. Преподаватели используют материалы конференций для переработки лекционных курсов и рабочих программ.

Студенты, обучающиеся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», имеют возможность реализовать свой исследовательский потенциал в таких мероприятиях, как «День науки», «Неделя института», участвовать в работе секций конференции «Социально-гуманитарные аспекты модернизации России», конкурсе им. В.И. Муравленко, фестивале «Призвание», публиковать результаты исследований в различных научных сборниках, таких как «Энергоэффективность в экономике Тюменской области» (Тюмень, 2011г.), «Молодежь как преобразующий субъект социальной реальности» (Тюмень, 2012г.), «Человеческий и профессиональный потенциал молодежи региона» (Тюмень, 2014г.), «Современные социально-коммуникативные технологии: тенденции развития и границы применения» (Тюмень, 2014г.).

Преподаватели используют в работе современные педагогические методы обучения. Все используемые технологии отображены в методических разработках. Основными являются кейс-стади, деловые игры (ролевые), тренинги, метод проектов. Инновационные технологии, используемые преподавателями кафедры, позволяют улучшить посещаемость занятий студентами, разнообразить формы работы, развить личностные и профессиональные качества студентов, минимизировать количество задолжников, увеличить количество совместных публикаций преподавателей и студентов в научных сборниках.

Результатом подготовки студентов становится их активное участие в научно-исследовательской жизни университета, олимпиадах, конференциях разного уровня, достижение высоких результатов. Примером может служить участие во Всероссийской студенческой олимпиаде по рекламе и связям с общественностью (диплом II степени конкурса проектов: Гатауллина Л., Кравченко Е., Сосина П.; диплом в номинации «Дебют» Сосина П.), Международного конкурса «Живая идея-2014» (студенты Гатауллина Л., Кравченко Е., Сосина П.), Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Человеческий и профессиональный потенциал молодежи региона» (дипломы конференции получили студенты Новиков С., Рыкованова А.). Наиболее активные студенты в плане научной деятельности за 2011-2014 годы: Сивкова А., Гатауллина Л., Кравченко Е., Сосина П., Новиков С., Рыкованова А., Кара М. – научный руководитель ассистент Жилина А.А.

На кафедре создана рабочая группа из числа преподавателей направления подготовки бакалавров 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» для обсуждения научно-методических вопросов, решения проблем. На заседаниях СПН рассматривается научная составляющая методических публикаций, повышение квалификации НПР кафедры. В научно-методическом семинаре «Научные среды» принимают участие студенты и аспиранты кафедры. Преподаватели проводят экспертизу рабочих программ, составляют план изданий учебно-методической литературы, участвуют в процессе оппонирования и реценцирования научных работ.

В университете функционирует методическая школа «Разработка основных подходов к реализации основных образовательных программ и оценке уровня учебных достижений обучающихся». Методическая школа является комплексом мероприятий, направленных на обеспечение учебного процесса учебно-методической документацией, повышение методического мастерства преподавателей, совершенствование аудиторной и самостоятельной работы обучающихся, улучшение всех форм, видов и методов учебной работы в вузе с учетом состояния и перспектив развития организаций и учреждений, для которых вуз готовит специалистов.

Руководство методической школой в вузе осуществляет проректор по учебно-методической работе и инновационному развитию. Методическая школа определяет формирование основных подходов к учебно-

методическому обеспечению основных образовательных программ, реализуемых в вузе, и оценке результатов их реализации, разработкой системы оценки качества подготовки обучающихся, методологических подходов к организации образовательного процесса в университете и организации методического обеспечения и сопровождения образовательных программ. Научно-педагогическими работниками кафедры разработан фонд оценочных средств по каждой дисциплине, закрепленной за кафедрой. Фонд представлен в виде тестовых заданий, проектов, кейсов, вопросов для подготовки к практическим занятиям. Все средства оценивания уровня учебных достижений включены в методические указания к практическим занятиям и для самостоятельной работы по дисциплинам. Тестовые средства контроля внесены в систему «Educon».

Педагогическая школа является комплексом мероприятий, направленных на формирование новых компетенций профессорско-преподавательского состава, соответствующих современному учебному процессу в условиях перехода на ФГОС ВПО, создание эффективной системы повышения квалификации, направленной на непрерывное профессиональное развитие и саморазвитие профессорско-преподавательского состава вуза, владения педагогическим мастерством, умением разрабатывать учебно-методические пособия, создание постоянно обновляющегося банка использования на кафедрах инновационных методов в образовательном процессе и передового опыта работы профессорско-преподавательского состава. Руководство педагогической школой в вузе осуществляет проректор по учебной работе. Основным направлением работы педагогической школы в вузе является повышение квалификации профессорско-преподавательского состава и научных сотрудников, обеспечивающее непрерывное обновление работниками вуза научных знаний, изучение современных технологий научной и учебной работы, изучение современных педагогических технологий, освоение приемов нового вузовского управления, включая новые подходы к обеспечению качества учебного процесса.

Повышение квалификации осуществляется в подразделениях университета, на базе ведущих вузов страны, институтах повышения квалификации, межотраслевых региональных центрах повышения квалификации и переподготовки кадров в Российской Федерации и за рубежом, на ведущих предприятиях отрасли. Ежегодно на кафедре формируется план повышения квалификации ППС, утверждаемый директором института. Повышение квалификации осуществляется в основном по следующим программам: «Сопровождение основных образовательных программ вуза в условиях реализации ФГОС»; «Информационные технологии. Преподаватель (тьютор) дистанционного обучения»; «Использование современных информационных средств и технологий для организации учебного процесса в вузе»; «Информационные

технологии дистанционного обучения»; «Защита интеллектуальной собственности» и др.

Одной из форм повышения квалификации является защита диссертаций. В связи с этим ассистент кафедры Чекан Н.С. (научный руководитель – Герасимова Г.И.) и Жилина А.А. (научный руководитель – Моор С.М.) являются соискателями ученой степени кандидата социологических наук. Доцент Медведев П.С. в 2014 году приступил к работе над докторской диссертацией. Доцент Герасимова Г.И. планирует защиту докторской диссертации в 2015 году. Ассистент Чупашева Е.В. защитила диссертацию на соискание ученой степени кандидата социологических наук в ноябре 2011 г.

Таким образом, реализуемые мероприятия, направленные на развитие уровня педагогических компетенций ППС обеспечивают освоение методов современного образования обучающихся в условиях введения федеральных государственных образовательных стандартов, в том числе по технологиям системно-деятельностного подхода к обучению, современным технологиям воспитания, особенностям управления качеством и современному образовательному менеджменту.

Качество научно-исследовательской деятельности преподавателей и студентов является достаточным и тесно связано с совершенствованием учебного процесса.

**Вывод.** Качество научно-исследовательской деятельности преподавателей и студентов является достаточным и тесно связано с совершенствованием уровня учебного процесса. Методическая школа охватывает весь комплекс работ по проектированию и организации учебно-методического обеспечения аудиторной и самостоятельной работы с целью формирования профессиональных компетенций студентов. В рамках методической школы преподаватели кафедры ежегодно повышают квалификацию, что положительно влияет на качество образовательной деятельности. Разрабатываемые научные направления достаточно перспективны и сопряжены с основной образовательной программой. Преподаватели и студенты включены в проектную и научно-исследовательскую работу, результаты которой обобщены в монографиях, статьях, представлены на конкурсах и активно внедряются учебный процесс; являются организаторами и участниками научных конференций и конкурсов.

## **9 Работа с предприятиями**

Кафедра маркетинга и муниципального управления заключает договоры с предприятиями о сотрудничестве и об организации практики студентов. Среди них: газеты «Тюменская область сегодня», «Тюменский край», «Тюменский курьер», а также предприятия «ЛУКойл - Западная Сибирь», «Тюменский кардиологический центр» и государственные учреждения (Тюменская областная Дума, Правительство Тюменской области, Администрация г. Тюмень)

(Приложение 5). Процесс взаимодействия кафедры с региональными организациями включает в себя составление списка потенциальных баз практики, рассылку предложений о сотрудничестве, переговоры, организационно-технические моменты. Неоценимую помощь в организации практик и последующем трудоустройстве оказывают Департамент информационной политики Тюменской области, ОАО «Запсибкомбанк», ООО «Интернет-издание «Ньюспром.ру», газеты «Тюменская область сегодня», «Тюменский курьер». На постоянной основе кафедра маркетинга и муниципального управления сотрудничает с отделом агитационно-пропагандистской работы Тюменского регионального отделения всероссийской политической партии «ЕДИНАЯ РОССИЯ», руководитель которого Швецова О.В., являющаяся выпускницей специальности 030602.65 «Связи с общественностью», выступила экспертом при оценке ООП по направлению подготовки бакалавров «Реклама и связи с общественностью». «ЕДИНАЯ РОССИЯ» предоставляет возможность прохождения практики студентам уже с первого курса обучения за счет участия в социологических исследованиях, журналисткой деятельности в газете «Тюменский край», работы в отделе.

#### **Выводы и рекомендации комиссии по разделу.**

Прогнозируется, что выпускники направления подготовки бакалавров будут востребованы на региональном рынке труда, о чем косвенно свидетельствуют высокие результаты трудоустройства выпускников - специалистов по связям с общественностью. При оценке качества подготовки обучающихся для выявления степени удовлетворённости преподавателей используются современные технологии тестирования. Критерии и процедуры оценки практических навыков обучающихся составлены в соответствии с предполагаемыми результатами обучения. Осуществляется сбор и анализ информации о спросе на рынке труда на выпускников. Таким образом, обеспечивается выполнение плановых заданий на трудоустройство выпускников-бакалавров.

### **10 Материально-техническая база**

Материально-техническая база для ведения образовательной деятельности по программе 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» полностью соответствует действующим санитарно-техническим нормам и обеспечивает проведение всех видов лабораторной, практической дисциплинарной и междисциплинарной подготовки и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом по программе 031600.62 «Реклама и связи с общественностью».

Для организации образовательного процесса используются следующие помещения, расположенные по адресу ул. Республики, 49/3: офисные помещения кафедры, учебные аудитории. Общая площадь 502,96 кв. м. (2011-2012 гг.) и 372,53 кв. м. (2012-2014 гг.). Для проведения лабораторных занятий по дисциплинам: «Основы компьютерных технологий и информатика», «Основы интернет-технологий», «Телекоммуникационные и

компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью» в целях реализации «Программы непрерывной подготовки студентов в области информационных технологий», принятой в ТюмГНГУ, используется мультимедийная аудитория, оснащенная 15 компьютерами, с 2013 года введен в эксплуатацию новый компьютерный класс, оснащенный 14 компьютерами. Для работы преподавателей предназначены 3 компьютера, расположенные в офисных помещениях и подключенные к сети Интернет. С 2013 года в учебном корпусе работает сеть wi-fi, к которой имеют возможность подключаться преподаватели и студенты. В учебном процессе для проведения лекций используется оборудованная мультимедийная аудитория. При необходимости визуализации учебного материала преподаватели могут использовать переносной проектор и прочую технику. Наличие специальных досок позволяет проводить такие занятия в любой из аудиторий кафедры.

Для проведения лабораторных занятий по дисциплинам «Риторика», «Психология массовых коммуникаций», «Иностранный язык», предполагающих интерактивное взаимодействие студентов, оборудована специальная аудитория площадью 35,22 кв. м.

Перечень специализированных аудиторий с указанием учебного оборудования приводится в Приложении 18.

Для проведения статусных и научных мероприятий используются помещения и технические возможности конференц-зала учебного корпуса, зал им. А.Н. Косухина, расположенный по адресу: г. Тюмень, ул. Володарского, 38, зал заседаний Ученого совета ТюмГНГУ по адресу: г. Тюмень, ул. Республики, 47.

Для подготовки студентов используются 4 принтера, копировальный аппарат, многофункциональное устройство, цветной телевизор, видео-плеер, видеокамера, цифровой фотоаппарат, ноутбук, проектор, экран, сканер, цифровой дубликатор для издания учебной полиграфической продукции. Всё вышеперечисленное оборудование применяется в учебном процессе для проведения мультимедийных лекций, практических занятий и мастер-классов. За исследуемый период приобретено оборудование на сумму 120 тысяч рублей.

В рамках подготовки бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью» осуществляется взаимодействие с предприятиями, организациями, учреждениями и использование их баз и кадрового потенциала. В частности ведется работа с Департаментом информационной политики Тюменской области, ГАУ ТО «Информационно-аналитический центр Тюменской области», Региональной ассоциацией специалистов по коммуникациям (РАСК), медиа-холдингом ЗАО «ИА «Сибинформбюро», Аппаратом УМВД России по Тюменской области, редакцией газеты «Тюменский курьер».

**Вывод.** Анализ показал, что материально-техническая база является достаточной для ведения образовательной деятельности по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью».

## 11 Воспитательная деятельность

Воспитание в период обучения в вузе – существенный этап социализации личности. В это время молодой человек в целом завершает формирование своей жизненной позиции, переходит к осознанному саморазвитию и самовоспитанию.

Студенчество занимает особое положение в социальной структуре общества, отличаясь высоким уровнем стремления к личностно-профессиональному самоутверждению, творческим потенциалом, активным интересом к практическому участию в социальных преобразованиях России, собственным отношением к различным сторонам общественной жизни страны, своими социальными ориентациями, и в будущем может выступить определяющей силой дальнейшего развития России.

Цель организации воспитательной работы заключается в создании условий для становления профессионально и социально компетентной личности студента, способного к творчеству, обладающего научным мировоззрением, высокой культурой и гражданской ответственностью.

Реализация поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- 1) создание гуманистически ориентированной образовательной среды, способствующей формированию у студентов профессиональной и социальной компетентностей, нравственности и культуры;
- 2) удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном, нравственном и физическом развитии в процессе получения профессионального образования;
- 3) формирование планов воспитательной деятельности и проведение мероприятий на основе интересов студентов;
- 4) содействие формированию гражданской позиции и развитию социально значимых качеств личности;
- 5) формирование современной компетентной личности выпускника кафедры с учетом региональных особенностей Западной Сибири.

В качестве основных параметров воспитательной деятельности подлежащих анализу определены:

- 1) управление воспитательной деятельностью;
- 2) содержание и технологии вне учебной воспитательной деятельности по ее основным направлениям;
- 3) деятельность органов студенческого самоуправления;
- 4) кадровый потенциал воспитательной деятельности.

Координацию и управление качеством воспитательной работы осуществляют: проректор по учебно-воспитательной работе, заместители

директоров институтов; Совет по учебно-воспитательной работе ТюмГНГУ; Институт кураторства; органы студенческого самоуправления.

Организация воспитательной деятельности осуществляется на основе нормативно-правовой документации (План учебно-воспитательной работы, Положение о стипендиальном обеспечении, Положение о кураторе, Положение «Лучшая студенческая группа», Положение «Лучший студент», постановление на воинский учет, предоставление льгот студентам), которая обеспечивает сопровождение воспитательного процесса. С учетом названных документов составляется план воспитательной работы кафедры.

Основные ориентиры воспитания отражены в нормативно-правовых документах, а воспитательная деятельность введена в перечень аккредитационных показателей вуза. В реализации воспитательной деятельности особое место занимает поиск эффективных способов привлечения внимания студентов, пробуждение их активности и повышение результативности педагогического воздействия. Немаловажным аспектом в этом случае является информированность студентов, которая в свою очередь позволяет повысить эффективность проводимой работы.

Основными направлениями воспитательной работы на кафедре являются:

**1. Профессиональное воспитание** осуществляется через содержание образования, что подразумевает акцентуализацию нравственных, психолого-педагогических аспектов профессиональной деятельности будущих специалистов, разработку специализированных научно ориентированных курсов, организацию научно-исследовательской деятельности студентов, а также использование регионального компонента содержания образования.

В течение учебного года регулярно проводятся встречи студентов с известными учеными, профессионалами сферы рекламы и связей с общественностью, руководителями предприятий, представителями органов власти. Среди прочих можно выделить сотрудничество с директором департамента информационной политики Тюменской области А.П. Новопашиным, заместителем секретаря ТРО ВПП «Единая Россия», главным редактором газеты «Тюменский край» О.В. Швецовой, пресс-секретарем Главы Администрации города Тюмени Г. Сидоркиной, а также специалистами медиа-холдинга ЗАО «ИА «Сибинформбюро», Аппарата УМВД России по Тюменской области, УФАС по Тюменской области, редакцией газеты «Тюменский курьер», «Тюменская область сегодня» и многих других. В научной сфере традиционными являются мероприятия с участием доктора политических наук, профессора Д.Л. Стровского. Среди уникальных событий можно привести в пример встречу с Г. Саймонсом, доктором философии, научным сотрудником Центра российских и евроазиатских исследований Университета г. Упсала (Швеция).

Важным элементом профессионального воспитания студентов можно считать организацию и проведение фестиваля «Призвание». Студенты получают возможность получить практику организации масштабных

специальных событий, взаимодействия с представителями медиа, бизнеса, власти; представить свои работы в профессиональной среде; принять участие в мастер-классах и других мероприятиях. Организаторы фестиваля: Департамент образования и науки Тюменской области, Тюменский государственный нефтегазовый университет, Региональная ассоциация специалистов по коммуникациям (РАСК).

Студенты принимают участие в различных профессиональных конкурсах и фестивалях городского, областного, всероссийского и международного уровня, среди которых в пример можно привести Межрегиональный проект по парламентским дебатам «Завалинка», Фестиваль социальной рекламы «Муза», Открытый интернет-форум Digital Media, «Губернаторские чтения». Обучающиеся выигрывают награды и получают дипломы. Среди достижений призеры Всероссийского фестиваля молодежного творчества «Вдохновение» (студенты Новиков С., Рыкованова А.), Международного конкурса инновационных проектов «Живая идея-2014» (студенты Гатауллина Л., Кравченко Е., Сосина П.), и других. Поощряется реализация студентами собственных проектов, таких как «Красный день календаря», «Физкультура пригодится», «Ярмарка добра». В 2014 году студенты развивали навыки публичного выступления в клубе дебатов (руководители: ассистент Жилина А.А., студент Кара М.И.).

Регулярным стало проведение встреч студентов с представителями руководства вуза и института, где обсуждаются текущие моменты и перспективы развития учебного заведения, подводятся итоги комплексной оценки деятельности, достижений студентов и выявляются проблемы студенческой жизни. Поддерживаются традиции университета в проведении «Дня открытых дверей», когда у преподавателей и студентов появляется возможность общения с абитуриентами и ознакомления их с будущими профессиями, историей создания кафедры, традициями ТюмГНГУ.

Научно-исследовательская работа студентов – важное средство формирования профессионального облика специалиста любого профиля. Воспитательный аспект студенческого научного творчества имеет большое значение в деле формирования личных качеств будущего специалиста. Постоянный творческий настрой, жажда знаний, обстановка напряженного научного поиска способствуют воспитанию у студентов высокой культуры мышления, пробуждают у них подлинную сознательность и активность в выборе и проведении определенных решений, стремление к проникновению в сущность вещей, а именно тех качеств которые необходимы современному специалисту. Совместное научное творчество ученых, преподавателей и студентов – самый эффективный, проверенный практикой путь развития потенциальных способностей, становления характера исследователя, воспитания инициативы, ответственности, трудолюбия, потребности и навыков постоянного самообразования в будущем.

Студенты, обучающиеся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» принимают активное участие в научно-

исследовательской жизни университета, олимпиадах, конференциях разного уровня, достигая высоких результатов. Примером может служить участие во Всероссийской студенческой олимпиаде по рекламе и связям с общественностью (диплом II степени конкурса проектов: Гатауллина Л., Кравченко Е., Сосина П.), Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Человеческий и профессиональный потенциал молодежи региона» (дипломы конференции получили студенты Новиков С., Рыкованова А.).

В преподавании учебных дисциплин преподавателями делается акцент на достижения отечественных ученых в различных областях знаний, раскрываются связи, преемственности отечественной и мировой науки, прослеживается процесс их взаимообогащения и взаимопроникновения.

**2. Гражданско-патриотическое воспитание и развитие правовой культуры** достигается через преподавание гуманитарных дисциплин (история, правоведение и пр.), деятельность профсоюзной организации студентов по защите прав студентов и организации их жизнедеятельности.

Гражданское воспитание имеет целью воспитание гражданина своей страны – активного члена общества. В рамках гражданского воспитания среди студентов проводится разъяснительная работа на кураторских часах о необходимости воспитания в человеке уважения к закону, формирования чувства гражданской ответственности, гражданского долга, активной жизненной позиции.

Большое значение в реализации этого направления имеет общеуниверситетские и кафедральные мероприятия, такие как правовой лекторий; кураторские часы «Выборы», «Права и обязанности студента», «Знакомство с Уставом ТюмГНГУ», «Профилактика экстремизма», «Социальная защита студентов», «О противодействии коррупции в университете». Регулярно проходят встречи с юристами и представителями отдела по борьбе с наркотиками, проведены открытые лекции: профессора, д-ра соц. наук Б.З. Докторова «История и становление развития центров по изучению общественного мнения в России и за рубежом», профессора ТГМА д-ра мед. наук В.А. Поляковой «Сохрани свое репродуктивное здоровье», заведующим отделением токсикологии ГЛПУ «ТОКБ» И.Л. Чайковской и др. В работе патриотической направленности выделяются ежегодные мероприятия, посвящённые Дню защитника Отечества; Дню Победы, участие в Дне самоуправления, общеуниверситетской акции «Культурное наследие России», посещение музея истории науки и техники Зауралья. В декабре 2013 года студенты со всей страной поддержали Эстафету олимпийского огня. В 2014 году ассистент Чекан Н.С. провела для студентов авторскую экскурсию «Тюмень – мой город».

Сложившаяся система гражданско-правового воспитания студентов в течение всего периода их обучения позволяет достаточно эффективно управлять процессом формирования гражданского сознания студенческой молодёжи.

**3. Духовно-нравственное воспитание** – одно из важных направлений воспитательной работы со студентами. Содержание осуществляется через посещение спектаклей, концертов, фотовыставок, просмотр художественных фильмов. Духовно-нравственное воспитание находит свое выражение в стимулировании и координации деятельности творческих студий как одной из структур студенческого самоуправления и средства творческой самореализации обучающихся, а также в стимулировании участия в работе Центра развития творчества студентов, ежегодных вузовских конкурсах: «Осенняя премьера», «Дебют первокурсника», «Клавиши весны», «Областная студенческая весна», «КВН», «Что? Где? Когда?», «Лучшая студенческая группа ТюмГНГУ» и др. Студенты направления организуют и принимают участие в общеуниверситетских, институтских и кафедральных праздниках и мероприятиях: «День открытых дверей ТюмГНГУ», «День славянской письменности и культуры», «Мат – не наш формат», «Ярмарка добра!»; творческие встречи с участниками литературного объединения «Факел». Организуются ежегодные встречи с выпускниками кафедры.

**4. Культурно-эстетическое воспитание** находит свое выражение в стимулировании и координации деятельности творческих студий как одной из структур студенческого самоуправления и средства творческой самореализации студентов. Большое значение имеют фестивали «Осенняя премьера», «На клавишах весны», «Областная студенческая весна», «Лучшая учебная группа ТюмГНГУ», «Лучший староста Тюменской области» и другие. Студенты являются участниками многих других городских, областных, российских и международных фестивалей и конкурсов, таких как Конкурс молодых балетмейстеров, фестиваль хореографических коллективов «Серебряное крыло» Б.С. Санкина, Международный фестиваль цирковых коллективов «Золотой круг манежа» г. Ижевск, фестиваль патриотической песни «Димитриевская суббота» г. Тобольск, Всероссийский фестиваль-конкурс современной хореографии «Новая лиса» г. Саранск, Международный конкурс «Многоликая гитара» г. Москва, Международный фестиваль – конкурс «Славянская звезда» г. Москва. Результаты активной внеучебной деятельности подтверждаются дипломами и наградами творческих и профессиональных конкурсов, фестивалей и премий. Среди прочих, особо можно выделить высокие достижения на таких состязаниях как Международный фестиваль-конкурс «Viva, L'Italia!», Всероссийский фестиваль «Студенческая весна», конкурс творчества «Полярная звезда». В университете созданы все условия для внеучебной занятости обучающихся. Студенты принимают участие в деятельности творческих студий: цирковой, вокальной, хореографической, студии барабанщиков, лиге КВН «Нефтегаз» и т.д. Опытные студенты передают опыт младшим поколениям, например Кара Мария является руководителем хореографической студии «Аксиома».

**5. Физическое воспитание, пропаганда здорового образа жизни** осуществляется через преподавание дисциплины «Физическое воспитание», работу спортивных секций, групп здоровья, специальных медицинских

групп. В течение учебного года идёт превентивная работа против антисоциального поведения студентов. Большое значение имеют проведение спартакиад, Дней здоровья, лекций и семинаров (например лекция на тему «Анорексия» в 2013 году). Отмечается увеличение числа студентов, занятых во внеучебной деятельности, а именно в областных спортивных конкурсах, программах летнего оздоровления студентов ТюмГНГУ, ежегодного Дня здоровья, в забеге «Лыжня России». В 2012-2014 годах студенты стали участниками регулярных мероприятий в рамках акции «Физкультура пригодится», инициированной студентами старших курсов направления 031600.62 «Реклама и связи с общественностью».

**Совместная работа со студентами старших курсов** направления 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» представляется особенно важной. Этим обеспечивается преемственность традиций, передача опыта и повышение студенческой активности. Среди достижений студентов можно представить победы в профессиональных конкурсах: Уральская премия за достижения в сфере связей с общественностью «Белое крыло», Национальная премия в области развития общественных связей «Серебряный лучник», Международный конкурс признания профессиональных достижений в сфере PR и рекламы «Золотой соболю», Всероссийский конкурс студенческих работ в области связей с общественностью «Хрустальный апельсин»; творческих конкурсах и премиях: Премия Президента РФ, Молодежные Дельфийские игры, Международный конкурс красоты «Мисс цивилизация», Всероссийский фестиваль «Студенческая весна», Международный студенческий джазовый фестиваль, Всероссийский конкурс молодых деятелей искусства «Тюменский звездопад».

**Кураторская работа** играет одну из самых значимых ролей в учебно-воспитательном процессе. Куратор академической группы, которой способствуют адаптации студентов в образовательном пространстве вуза, проводит тематические и информационные часы, реализует план воспитательной работы структурного подразделения ТюмГНГУ; ведет учет успеваемости студентов, состояния здоровья, материального, социального, семейного положения, наклонностей; поддерживает связь с родителями, ведущими преподавателями, активно содействует развитию творческих и профессиональных способностей студентов, вовлекает студентов в научную деятельность, содействует трудоустройству. Ответственные за воспитательную работу кафедры и кураторы курсов проводят регулярную работу по профилактике правонарушений студентов, психолого-педагогические консультации с проблемными студентами («группа риска»). Кураторы групп обеспечивают субъектов воспитательного процесса информационно-методическими материалами по приоритетным направлениям воспитательной работы. Ежегодно проводятся кураторские часы с первокурсниками с целью ознакомления с историей и традициями института, организацией учебного процесса, Уставом учебного заведения, правилами внутреннего распорядка, правилами проживания в общежитии.

Состав кураторов ежегодно утверждается на заседаниях кафедры. В период 2011 – 2014 гг. – доцент, канд. пед. наук Медведев П.С., ассистент Чекал Н.С., доцент, канд. соц. наук Чупашева Е. В., доцент, канд. психол. наук Ширяева И.Ю., ассистент Жилина А.А. Изучение эффективности деятельности кураторов осуществляется на основе информации, представленной в планах работы и отчетах о воспитательной деятельности за семестр по направлениям: изучение личности студента и оказание помощи группе в формировании студенческого коллектива; воспитание нравственных качеств личности; оказание помощи студентам в выполнении графика учебной работы, в решении вопросов жизни, быта, отдыха; методическая работа.

Особенностью организации воспитательной работы является активное взаимодействие всех преподавателей со студентами в период подготовки и проведения социально-значимых мероприятий. Такие мероприятия способствуют развитию демократических форм общения со студентами, утверждению социально-ориентированной системы сотрудничества, развитию активности студентов в учебно-воспитательной и научно-исследовательской деятельности. Профессорско-преподавательский состав имеет необходимый стаж и опыт педагогической деятельности, способен вести воспитательную работу на достаточно высоком уровне. Большая роль в методическом и кадровом обеспечении воспитательного процесса принадлежит ТюмГНГУ, который создает условия для повышения качества профессиональной подготовки, обеспечивает процессы гуманизации и гуманитаризации образования, содействует формированию общечеловеческих ценностей, общей культуры субъектов учебно-воспитательного процесса, обеспечивает усвоение знаний и навыков здорового образа жизни.

Следовательно, созданная социокультурная среда определяется как пространство совместной жизнедеятельности студентов, преподавателей, сотрудников университета, обеспечивающее выбор ценностей, освоение культуры, жизненных смыслов, способов культурной самореализации, раскрытия индивидуальных ресурсов личности, структура которого детерминирована особенностями образовательного учреждения.

Формирование личности студента сопровождается социальным обеспечением учащейся молодежи, включающим: материальную поддержку нуждающихся студентов; материальное вознаграждение за успехи в учебной, научной, спортивной и творческой деятельности; обеспечение иногородних студентов местами в общежитиях; регулярное медицинское освидетельствование, оздоровление студентов на учебно-тренировочной базе «Олимпия».

Студенческое самоуправление является неотъемлемым элементом общего управления образовательным процессом в вузе и направлено на то, чтобы максимально учесть интересы и потребности студентов на основе изучения общественного мнения и выдвигаемых ими конкретных инициатив.

Руководство института внимательно относится к подготовке студенческого кадрового резерва. Самые активные и способные студенты составляют ядро студенческого актива. Они служат своеобразной коммуникативной площадкой, где приобретается опыт позитивного взаимодействия студентов и преподавателей. На данный момент в университете действует уровневая структура органов студенческого самоуправления. Активно ведет свою работу штаб студенческих отрядов, работающий по нескольким направлениям: студенческий строительный отряд «Новые люди»; студенческий отряд электроэнергетиков «Энергия», который был направлен на возведение ЛЭП «Спортивная» в пос. Красная поляна Краснодарского края; студенческий отряд проводников «Транзит-Экспресс»; студенческий педагогический отряд «Факультет детства», действующий с 2001 года на территории загородных оздоровительных центров Тюменской области, детских центров Краснодарского края, Болгарии; студенческий сервисный отряд «Сервис-ПРО», осуществляющий обслуживание столовых, ресторанов и кафе Тюмени, санаториев Краснодарского края); студенческий отряд охраны правопорядка.

ФГОС ВПО требуют, чтобы у выпускника были сформированы свойственные профессионалу социально-личностные качества такие, как целеустремленность, организованность, ответственность, гражданственность, коммуникативность, толерантность, стремление к повышению общей культуры и др. Вся воспитательная работа направлена на формирование модели современного молодого специалиста.

Таким образом, качество подготовки будущего бакалавра обуславливается уровнем сформированности его профессиональных компетенций и качеств, постановкой самого процесса обучения и качеством воспитательной деятельности вуза. Эти составляющие определяют и дополняют друг друга, что позволяет говорить о тесном переплетении системы контроля обучения с управлением качеством воспитательной работы со студентами.

Формирование личности студента сопровождается социальной поддержкой и стимулированием учащейся молодёжи, которые включают: материальную поддержку нуждающихся студентов, материальное вознаграждение студентов за успехи в учебной, научной, спортивной и творческой деятельности (повышенные стипендии – губернаторская, потанинская и др.); обеспечение иногородних студентов местами в общежитиях; регулярное медицинское освидетельствование, оздоровление студентов и профессорско-преподавательского состава в санаториях-профилакториях («Юность», «Сосновый Бор»), на учебно-тренировочной базе «Олимпия»; моральное стимулирование студентов («Доска успехов», освещение достижений студентов в СМИ и др.).

Важная роль в социальной защите студентов принадлежит объединенной первичной профсоюзной организации. Она оказывает материальную помощь членам ОППО, осуществляя частичное

финансирование оздоровления студентов в санаториях-профилакториях «Юность» и «Сосновый бор», организует досуговые мероприятия, студенческие праздники и конкурсы («Самая обаятельная студенческая семья» и «Лучшее студенческое общежитие»), оказывает помощь в трудоустройстве и организации благотворительных акций.

Иногородние студенты обеспечены комнатами в общежитиях. В учебном корпусе имеются здравпункт и три пункта студенческого питания (столовая, закусочная, киоск). В рамках медицинского обслуживания осуществляется реабилитация диспансерных больных из числа студентов в санаториях-профилакториях «Юность» и «Сосновый бор». Имеются в наличии и эффективно используются для внеучебной работы со студентами: актовые залы, репетиционные помещения.

#### **Выводы:**

Кафедра проводит системную работу по формированию у студентов общекультурных компетенций во внеурочной деятельности. Активно привлекает выпускников к презентации своих достижений на рынке труда, осуществляет работу по повышению квалификации кураторов в сфере воспитательной деятельности через регулярно проводимый семинар «Теория и практика качества воспитательной работы в вузе». При организации воспитательной работы используются возможности представителей органов студенческого самоуправления, координаторов студенческих объединений и творческих сообществ.

### **12 Информация об устранении недостатков, отмеченных в ходе предыдущей аккредитации**

Информация не представлена, так как аккредитация направления 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» запланирована на 2015 год.

### **13 Заключение и выводы**

На основании проведенной процедуры самообследования соответствия содержания и качества подготовки выпускников требованиям федерального государственного образовательного стандарта и показателей деятельности можно сделать следующие выводы.

1. Содержание и уровень представленного к экспертизе направления 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования.

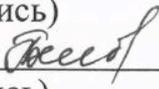
2. Уровень качества подготовки по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» соответствует установленным требованиям.

3. Условия ведения образовательного процесса по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» соответствуют требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования.

4. Эффективно внедряется система менеджмента качества на основе интеграции «Стандартов и директив гарантии качества высшего образования в европейском регионе» ENQA с российскими стандартами ГОСТ Р ИСО 9001-2008.

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова

Члены комиссии:  Афанасьева О.В.  
(подпись)

 Белоножко М.Л.  
(подпись)

Отчет рассмотрен на заседании Ученого совета Института менеджмента и бизнеса. Протокол заседания от "17" 10 2014 г. № 2.

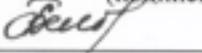
## Состав комиссии, проводившей самообследование ООП 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Должность в комиссии	Фамилия, Имя, Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность и место работы	Круг вопросов экспертизы
1	2	3	4	5
Член комиссии	Ефремова Вероника Васильевна	канд. экон. наук, доцент	директор ИМиБ	Организационно-правовое обеспечение образовательной деятельности Общие сведения о реализуемой основной образовательной программе
Член комиссии	Афанасьева Ольга Васильевна	канд. экон. наук, доцент	заместитель директора ИМиБ по учебно-методической работе	Организация учебного процесса. Использование инновационных методов в образовательном процессе
Член комиссии	Белоножко Марина Львовна	д-р соц. наук, профессор	заведующий кафедрой маркетинга и муниципального управления	Качество подготовки специалистов Работа с предприятиями
Член комиссии	Ефремова Вероника Васильевна	канд. экон. наук, доцент	директор ИМиБ	Кадровое обеспечение подготовки бакалавров
Член комиссии	Афанасьева Ольга Васильевна	канд. экон. наук, доцент	заместитель директора ИМиБ по учебно-методической работе	Научно-исследовательская и научно-методическая деятельность профессорско-преподавательского состава и обучающихся
Член комиссии	Белоножко Марина Львовна	д-р соц. наук, профессор	заведующий кафедрой маркетинга и муниципального управления	Материально-техническая база Воспитательная деятельность

Член комиссии	Афанасьева Ольга Васильевна	канд. экон. наук, доцент	заместитель директора ИМиБ по учебно-методической работе	Учебно-методическое, информационное и библиотечное обеспечение Информация об устранении недостатков, отмеченных в ходе предыдущей аккредитации Заключение и выводы
---------------	-----------------------------	--------------------------	--	--

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова

(подпись)

Заведующий кафедрой:  М.И. Белоношко

(подпись)

Приложение 2

Сведения по ООП 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

№ п/п	Сведения по ООП	Результат (данные)
1	2	3
1	Контингент обучающихся, в том числе: - очная форма обучения: - заочная форма обучения: из них обучающихся на условиях полной компенсации затрат на обучение, в том числе: - очная форма обучения: - заочная форма обучения:	59 30 59 30
2	Количество выпускников в прошедшем учебном году, в том числе: - очная форма обучения: - заочная форма обучения:	нет нет
3	Востребованность выпускников: - процент выпускников, направленных на работу: - процент заявок на подготовку от количества выпускников: - процент выпускников, состоящих на учете в службе занятости:	нет нет нет
4	Количество зачисленных на 1 курс в текущем учебном году, в том числе: - очная форма обучения: из них из довузовских структур подготовки: - заочная форма обучения: из них из довузовских структур подготовки:	20 (по стандарту ФГОС 3+) 0 (по стандарту ФГОС 3+)
5	Конкурс на специальность (направление подготовки) в текущем учебном году (по заявлениям) по формам обучения (чел/мест): - очной форме обучения: - заочной форме обучения:	26,5 0
6	Конкурс на специальность (направление подготовки) в текущем учебном году (по зачислению) по формам обучения (чел/мест): - очная форма обучения: - заочная форма обучения:	1,6 0
7	Количество обучающихся из стран СНГ, из них: - очная форма обучения: - заочная форма обучения:	1 0
8	Количество обучающихся из стран Дальнего Зарубежья, из них: - очная форма обучения: - заочная форма обучения:	0 1

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова

(подпись)

Заведующий кафедрой:  М.И. Белоножко

(подпись)

## Сведения об объеме учебной нагрузки по циклам дисциплин по ООП 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

№ п/п	Цикл дисциплин	ФГОС (час.)	Учебный план (час.)	Отклонение в %	Соответствует/не соответствует
1.	Гуманитарный и социально-экономический цикл	2340	2340	0	соответствует
2.	Математический и естественнонаучный цикл	540	540	0	соответствует
3.	Профессиональный цикл	4392	4392	0	соответствует
4.	Физическая культура	400	400	0	соответствует
5.	Учебная и производственная практики	864	864	0	соответствует
6.	Итоговая государственная аттестация	432	432	0	соответствует
7.	Факультативы	360	360	0	соответствует

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова

(подпись)

Заведующий кафедрой:  М.Л. Белоножко

(подпись)

## Сведения о сроках освоения ООП 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Наименование показателя	ФГОС	Учебный план	Соответствует/ не соответствует
1. Общая продолжительность обучения, час.	8640	8640	соответствует
2. Продолжительность			
- теоретического обучения, включая научно-исследовательскую работу обучающихся, практикумы, в том числе лабораторные, час.	7344	7344	соответствует
- промежуточных аттестаций, нед.	16	16	соответствует
- практик, в том числе:			
- учебной (нед.)	8	8	соответствует
- производственной (нед.)	8	8	соответствует
- итоговой государственной аттестации, включая подготовку и защиту выпускной квалификационной работы, нед.	8	8	соответствует
- каникул (включая 8 недель последиplomного отпуска), нед.	33	33	соответствует

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова

(подпись)

Заведующий кафедрой:  М.И. Белоношко

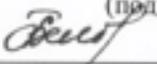
(подпись)

## Сведения о местах проведения практик по ООП 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

№ п/п	Наименование вида практики <i>в соответствии с учебным планом</i>	Место проведения практики	Реквизиты и сроки действия договоров (номер документа; организация, с которой заключен договор; дата документа; срок действия)
1	Учебная	<p>Тюменский государственный нефтегазовый университет</p> <p>МОУ ДОД «Школа-Плюс»</p> <p>Газета «Тюменский курьер»</p> <p>ООО «Партнер-Инвест»</p> <p>Интернет-портал «Геометрия»</p> <p>Интернет-журнал «ЕГО»</p> <p>ТРК «Телевидение Нижневартовского района»</p> <p>Газета «Ишимская правда»</p> <p>Газета «Сибирский характер»</p>	<p>Приказы №№137/66-п, 137/65-п от 04.06.14г.</p> <p>№ 2 от 15.04.14г. г. Тюмень</p> <p>№3 от 12.05.14г. г. Тюмень</p> <p>№ 7 от 10.02.14г. г. Тюмень</p> <p>№4 от 3.03.14г. г. Тюмень</p> <p>№5 от 24.04.14г. г. Тюмень</p> <p>№ 23 от 13.03.14г. г. Нижневартовск</p> <p>№ 21 от 18.04.14г. г. Ишим</p> <p>№11 от 16.05.14г. г. Братск</p>
2	Производственная	<p>Тюменский государственный нефтегазовый университет</p> <p>ОАО «Запсибкомбанк»</p>	<p>Приказы №№137/16-п от 17.02.14г.</p> <p>№ 1 от 13.11.13г. г. Тюмень</p>

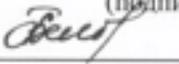
	<p>ООО «ИД «Мегаполис»</p> <p>ОДЮЦ «Аванпост»</p> <p>Газета «Тюменский курьер»</p> <p>ООО АРТ «Содружество»</p> <p>ООО «ГК «PR-актив»</p> <p>журнал «Выбирай»</p> <p>Государственный аграрный университет Северного Зауралья</p> <p>ЗАО «АБП»</p>	<p>№18 от 20.04.14г. г. Тюмень</p> <p>№15 от 23.04.14г. г. Тюмень</p> <p>№9 от 22.01.14г. г. Тюмень</p> <p>№16 от 23.01.14г. г. Тюмень</p> <p>№17 от 18.12.2013г. г. Тюмень</p> <p>№6 от 14.01.14г. г. Нижневартовск</p> <p>№19 от 17.12.13г. г. Тюмень</p> <p>№8 от 4.02.14г. г. Тюмень</p>
--	---	--

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова  
(подпись)

Заведующий кафедрой:  М.И. Белоношко  
(подпись)

**Результаты мониторинга вступительных испытаний по ООП 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»**

Показатели	2011г.	2012г.	2013г.
Минимальный проходной балл по результатам ЕГЭ	129	111	134
Средний балл по результатам ЕГЭ	60,9	59,6	63

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова  
 (подпись)  
 Заведующий кафедрой:  М.Л. Белоножко  
 (подпись)

**Показатели промежуточной аттестации по ООП 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»**

Наименование показателя	Период				Примечание
	2011/2012 уч. год	2012/2013 уч. год	2013/2014 уч. год		
1	2	3	4		7
Успеваемость					
- качественная (%)	43	48	41		
- абсолютная (%)	71	74	73		

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова  
 (подпись)  
 Заведующий кафедрой:  М.Л. Белоножко  
 (подпись)

**Результаты проверки остаточных знаний по ООП 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»**

Данные отсутствуют в связи с организацией контроля остаточных знаний в ноябре 2014 года.

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова  
(подпись)

Заведующий кафедрой:  М.Л. Белоножко  
(подпись)

## Результаты интернет-экзаменов по ООП 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Цикл дисциплин	Дисциплина	Показатель освоения дисциплины, в %							
		2011-2012 уч.год		2012-2013 уч.год		2013-2014 уч.год			
		ФЭПО-14	ФЭПО-15	ФЭПО-16	ФЭПО-17	ФЭПО-18	ФЭПО-19		
ГСЭЦ	Иностранный язык				100%(14)		70%(20)		
ГСЭЦ	Культурология				100%(23)		92%(27)		
ГСЭЦ	Отечественная история								
ГСЭЦ	Политология				95,5%(22)		96%(27)		
ГСЭЦ	Социология					100% (28)			
ГСЭЦ	Психология						100%(27)		
ГСЭЦ	Русский язык и культура речи		83% (18)		91,3%(23)				
ГСЭЦ	Философия				100%(16)		90%(20)	-	
ГСЭЦ	Экономика					91,7%(12)			
МЕНЦ	Компьютерные технологии и информатика						70%(27)		
ПЦ	Безопасность жизнедеятельности						100% (9)		

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова

(подпись)

Заведующий кафедрой:  М.И. Белоножко

(подпись)

**Результаты итоговой государственной аттестации выпускников по ООП 031600.62  
«Реклама и связи с общественностью»**

Данные отсутствуют, так как итоговая государственная аттестация выпускников согласно графику учебного процесса запланирована на май-июнь 2015 года.

**Результаты итоговой государственной аттестации выпускников по ООП 031600.62 «Реклама  
и связи с общественностью»**

Результаты государственного экзамена

№		2014-2015 уч.г.	
		чел.	%
<b>1</b>	<b>Допущено к экзамену</b>	-	-
<b>2</b>	<b>Сдали экзамен, в том числе с оценкой:</b>	-	-
2.1	«отлично»	-	-
2.2	«хорошо»	-	-
2.3	«удовлетворительно»	-	-
2.4	«неудовлетворительно»	-	-

Результаты защиты выпускных квалификационных работ

№		2014-2015уч.г.	
		чел.	%
<b>1</b>	<b>Допущено к защите ВКР:</b>	-	-
<b>2</b>	<b>Количество защитивших ВКР, в том числе с оценкой:</b>		
2.1	«отлично»	-	-
2.2	«хорошо»	-	-
2.3	«удовлетворительно»	-	-
2.4	«неудовлетворительно»	-	-
<b>3</b>	<b>Количество дипломов с отличием</b>	-	-

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова  
(подпись)

Заведующий кафедрой:  М.И. Белоножко  
(подпись)

## Кадровое обеспечение образовательного процесса по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Характеристика профессорско-преподавательского состава										
№	Наименование дисциплины в соответствии с учебным планом	Фамилия, имя, отчество, должность по штатному расписанию	Какое образовательное учреждение окончил, специальность по документу об образовании	Ученая степень, ученое звание	Стаж работы			Основное место работы, должность	Условия привлечения к педагогической деятельности (штатный работник, внутренний совместитель, внешний совместитель, почасовик)	Доля ставок и
					всего	в т.ч. педагогической работы				
						всего	т.ч. по дисциплин			
<b>Б1. Гуманитарный, социальный и экономический цикл</b>										
1	Русский язык и культура речи	Федоряк Людмила Михайловна, профессор	Ужгородский государственный университет, 1982 г., преподаватель русского языка и литературы.	доктор педагогических наук, доцент	34	32	34	ТюмГУ, профессор кафедры русского языка	Внешний совместитель	0,1
2	Иностранный язык	Аквазба Екатерина Омаровна, доцент	ТюмГУ, 2001г., по спец. филолог.	кандидат филологических наук	15	15	14	ТюмГНГУ, доцент кафедры иностранных языков	Штатный работник	0,3
3	Отечественная история	Гаврилова Надежда Юрьевна, профессор	ТюмГУ, 1976г., по спец. история, преподаватель истории.	доктор исторических наук, профессор	34	30	27	ТюмГНГУ, профессор кафедры гуманитарных наук	Штатный работник	0,1

4	Культурология	Гаврилова Надежда Юрьевна, профессор	ТюмГУ, 1976г., по спец. история, преподаватель истории.	доктор исторических наук, профессор	34	30	27	ТюмГНГУ, профессор кафедры гуманитарных наук	Штатный работник	0,1
5	Психология	Толстоухова Ирина Васильевна, доцент	Тюменский государственный институт искусств и культуры, по спец. библиотековедение и библиография	кандидат педагогических наук	17	17	7	ТюмГНГУ, доцент кафедры гуманитарных наук	Штатный работник	0,1
6	Социология	Ухабина Татьяна Евгеньевна, доцент	ТюмГНГУ, по спец. социальная работа	кандидат социологических наук	16	9	9	ТюмГНГУ, доцент кафедры гуманитарных наук	Штатный работник	0,1
7	Философия	Герасимов Вячеслав Михайлович, доцент	ТюмГУ, факультет философии, 1976 г.	кандидат философских наук	35	33	33	ТюмГНГУ, доцент кафедры гуманитарных наук	Штатный работник	0,1
8	Экономика	Шлык Константин Юрьевич, доцент	ТюмГНГУ, 2004 г., по спец. социальная работа.	кандидат социологических наук	8	7	7	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,1
9	Правовые основы рекламы и связей с общественностью	Золотоглавый Алексей Дмитриевич, ассистент	ТюмГУ, 1994 г., по спец. филология.	нет	16	12	12	Тюменский областной суд, помощник председателя.	Внешний совместитель	0,1
10	Политология	Жулева Марина Сергеевна, доцент	ТюмГУ, 2001г., по спец. история	кандидат философских наук	13	13	13	ТюмГНГУ, доцент кафедры социологии	Штатный сотрудник	0,1
11	Педагогика	Фугелова Татьяна Анатольевна, доцент	по спец. история	кандидат педагогических наук	26	16	16	ТюмГНГУ, доцент кафедры гуманитарных наук	Штатный сотрудник	0,1

12	Конфликтология средств массовой коммуникации	Ткачева Нина Алексеевна, профессор	Новосибирский государственный педагогический институт, по спец. история	доктор социологических наук, доцент	32	2 0	1	ТюмГНГУ, профессор кафедры МиМУ	Штатный сотрудник	0,2
13	Предпринимательство	Дебердиева Надежда Павловна, доцент	ТюмГУ, по спец. биология и химия	кандидат экономических наук	17	1 2	2	ТюмГНГУ, доцент кафедры ЭТР	Штатный сотрудник	0,1
14	Логика	Герасимов Вячеслав Михайлович, доцент	ТГУ, факультет философии, 1976 г.	кандидат философских наук	35	33	33	ТюмГНГУ, доцент кафедры гуманитарных наук	Штатный работник	0,1
15	Основы социального государства	Хайруллина Нурсафа Гафуровна, профессор	Тюменский индустриальный институт, по спец. экономика и организация нефтяной и газовой промышленности	доктор социологических наук, профессор	24	2 8	3	ТюмГНГУ, профессор кафедры социологии	Штатный сотрудник	0,1
16	Риторика	Медведев Павел Сергеевич, доцент	ТюмГУ, 2001г., по спец. филология.	кандидат педагогических наук	13	13	4	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,2
17	Современный русский язык	Медведев Павел Сергеевич, доцент	ТюмГУ, 2001г., по спец. филология.	кандидат педагогических наук	13	13	13	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,1
18	Делопроизводство в рекламе и связях с общественностью	Медведев Павел Сергеевич, доцент	ТюмГУ, 2001г., по спец. филология.	кандидат педагогических наук	13	13	1	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,1
19	Имиджелогия	Чекан Надежда Сергеевна, ассистент	ТюмГНГУ, 2006г., по спец. связи с общественностью.	нет	8	8	1	ТюмГНГУ, ассистент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,1

20	Политическая коммуникативистика	Медведев Павел Сергеевич, доцент	ТюмГУ, 2001г., по спец. филология.	кандидат педагогических наук	13	13	1	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,1
Б2. Математический естественнонаучный цикл										
21	Математика и статистика	Смовж Александр Иванович, старший преподаватель	Ишимский государственный педагогический институт, 1997 г., по спец. математика и информатика.	старший преподаватель	17	16	16	ТюмГНГУ, старший преподаватель кафедры бизнес информатики и математики	Штатный работник	0,2
22	Компьютерные технологии и информатика	Скок Юрий Анатольевич, заведующий компьютерным классом	Тюменский индустриальный институт, по спец. автомобильный транспорт	нет	50	50	21	ТюмГНГУ, кафедра бизнес-информатики и математики, заведующий компьютерным классом	Штатный работник	0,2
23	Основы интернет-технологий	Пяльченков Дмитрий Владимирович, доцент	ТюмГНГУ, по спец. менеджмент	кандидат технических наук	17	15	15	ТюмГНГУ, доцент кафедры бизнес-информатики и математики	Штатный работник	0,2
Б3. Профессиональный цикл										
24	Основы теории коммуникации	Чупашева Екатерина Владимировна, доцент	ТюмГНГУ, 2008г., по спец. менеджмент организации.	кандидат социологических наук	6	6	1	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,4
25	Социология массовых коммуникаций	Герасимова Галина Ивановна, доцент	ТюмГУ, 1978г., по спец. история, преподаватель истории	кандидат социологических наук, доцент	33	26	16	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,4
26	Психология массовых коммуникаций	Калинина Анна Викторовна, доцент	ТюмГУ, по спец. история	кандидат психологических наук, доцент	13	11	1	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный сотрудник	0,3

27	Теория и практика массовой информации	Моложавенко Вера Леонидовна, профессор	ТюмГУ, по спец. биология	доктор педагогических, доцент	31	15	1	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный сотрудник	0,4
28	Основы рекламы и связей с общественностью	Герасимова Галина Ивановна, доцент	ТюмГУ, 1978г., по спец. история, преподаватель истории	кандидат социологических наук, доцент	33	26	16	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,4
		Жилина Анастасия Александровна, ассистент	ТюмГНГУ, 2005 г., по спец. связи с общественностью.	нет	6	2	3	ТюмГНГУ, ассистент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,4
29	Основы менеджмента	Беринцева Инга Николаевна, доцент	ТюмГНГУ, по спец. юриспруденция	кандидат социологических наук	13		1	Финансово-экономическое управление, начальник планово-экономического отдела.	Внутренний совместитель	0,4
30	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	Чупашева Екатерина Владимировна, доцент	ТюмГНГУ, 2008г., по спец. менеджмент организации.	кандидат социологических наук	6	6	2	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,1
31	Основы маркетинга	Морозова Елена Валерьевна, доцент	ТюмГУ, по спец. менеджмент	кандидат экономических наук	10	7	7	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный сотрудник	0,2
32	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Антипина Наталья Львовна, доцент	Тюменский индустриальный институт, по спец. трикотажное производство	кандидат социологических наук	22	19	1	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный сотрудник	0,1
33	Безопасность жизнедеятельности	Яговцева Ирина Алексеевна, ассистент	ТюмГУ, по спец. биология	нет	17	15	15	ТюмГНГУ, ассистент кафедры техносферная безопасность	Штатный сотрудник	0,1

34	История отечественной литературы	Медведев Павел Сергеевич, доцент	ТюмГУ, 2001г., по спец. филология.	кандидат педагогических наук	13	13	13	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,2
35	История зарубежной литературы	Медведев Павел Сергеевич, доцент	ТюмГУ, 2001г., по спец. филология.	кандидат педагогических наук	13	13	13	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,2
36	Стилистика и литературное редактирование	Медведев Павел Сергеевич, доцент	ТюмГУ, 2001г., по спец. филология.	кандидат педагогических наук	13	13	13	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,1
37	Текст в рекламе и связях с общественностью	Медведев Павел Сергеевич, доцент	ТюмГУ, 2001г., по спец. филология.	кандидат педагогических наук	13	13	2	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,2
38	Введение в рекламу и связи с общественностью	Чекан Надежда Сергеевна, ассистент	ТюмГНГУ, 2006г., по спец. связи с общественностью.	нет	8	8	8	ТюмГНГУ, ассистент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,1
39	Современная пресс-служба	Шлык Константин Юрьевич, доцент	ТюмГНГУ, 2004 г., по спец. социальная работа.	кандидат социологических наук	8	7	1	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,1
40	Телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью	Чекан Надежда Сергеевна, ассистент	ТюмГНГУ, 2006г., по спец. связи с общественностью.	нет	8	8	2	ТюмГНГУ, ассистент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,1
41	Менеджмент рекламы и связей с общественностью	Чупашева Екатерина Владимировна, доцент	ТюмГНГУ, 2008г., по спец. менеджмент организации.	кандидат социологических наук	6	6	1	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,2
42	Организация кампаний в сфере коммуникаций	Жилина Анастасия Александровна, ассистент	ТюмГНГУ, 2005 г., по спец. связи с общественностью.	нет	6	6	6	ТюмГНГУ, ассистент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,3
43	Консалтинг в рекламе и связях с общественностью	Чекан Надежда Сергеевна, ассистент	ТюмГНГУ, 2006г., по спец. связи с общественностью.	нет	8	8	1	ТюмГНГУ, ассистент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,1

44	Реклама и связи с общественностью в социально-культурной сфере	Чупашева Екатерина Владимировна, доцент	ТюмГНГУ, 2008г., по спец. менеджмент организации.	кандидат социологических наук	6	6	2	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,1
45	Реклама и связи с общественностью в бизнесе	Чекан Надежда Сергеевна, ассистент	ТюмГНГУ, 2006г., по спец. связи с общественностью.	нет	8	8	8	ТюмГНГУ, ассистент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,1
46	Реклама и связи с общественностью в сфере избирательных технологий и политике	Ситева Светлана Сергеевна, старший преподаватель	ТюмГУ, по спец. лингвистика	нет	18	18	1	ТюмГНГУ, старший преподаватель кафедры МиМУ	Штатный работник	0,1
47	Реклама и связи с общественностью в государственных структурах	Толмачева Светлана Владимировна, профессор	ТюмГУ, по спец. экономика и социология труда	доктор социологических наук, профессор	23	20	1	ТюмГНГУ, профессор кафедры МиМУ	Штатный сотрудник	0,1
48	Реклама и связи с общественностью в нефтегазовой отрасли	Толмачева Светлана Владимировна, профессор	ТюмГУ, по спец. экономика и социология труда	доктор социологических наук, доцент	23	20	1	ТюмГНГУ, профессор кафедры МиМУ	Штатный сотрудник	0,1
49	Бренд-менеджмент	Жилина Анастасия Александровна, ассистент	ТюмГНГУ, 2005 г., по спец. связи с общественностью.	нет	6	6	2	ТюмГНГУ, ассистент кафедры МиМУ	Штатный работник	0, 1
50	Информационно-аналитическая работа в рекламе и связях с общественностью	Герасимова Галина Ивановна, доцент	ТюмГУ, 1978г., по спец. история, преподаватель истории	кандидат социологических наук, доцент	33	26	1	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,1
51	Реклама и связи с общественностью в интернете	Чекан Надежда Сергеевна, ассистент	ТюмГНГУ, 2006г., по спец. связи с общественностью.	нет	8	8	1	ТюмГНГУ, ассистент кафедры МиМУ	Штатный работник	0,1

52	Физическая культура	Кочетков Сергей Иванович, тренер-преподаватель	Государственный имени Ордена Ленина институт физической культуры, 1988 г, тренер-преподаватель по биатлону.	нет	27	19	8	ТюмГНГК, инструктор-методист кафедры физ. воспитания.	Внутренний совместитель	0,4
53	Адаптация на рынке труда	Калинина Анна Викторовна, доцент	ТюмГУ, по спец. история	кандидат психологических наук, доцент	13	11	1	ТюмГНГУ, доцент кафедры МиМУ	Штатный сотрудник	0,1

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова

(подпись)

Заведующий кафедрой:  М.Л. Белоножко

(подпись)

Сведения о качественном составе профессорско-преподавательских кадров по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» за период 2011-2014 гг.

<b>Процент лиц с учеными степенями и (или) учеными знаниями по циклам дисциплин</b>			
Гуманитарный, социальный и экономический цикл	Математический естественнонаучный цикл	Профессиональный цикл	В целом по направлению
85%	33%	62%	73%

<b>Процент лиц с ученой степенью доктора наук и (или) званием профессора по циклам дисциплин</b>			
Гуманитарный, социальный и экономический цикл	Математический естественнонаучный цикл	Профессиональный цикл	В целом по направлению
15%	0%	7%	23%

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова

Заведующий кафедрой:  М.И. Белоношко  
(подпись)

## Наличие учебной и учебно-методической литературы по ООП (специальность 030602.65 «Связи с общественностью»)

Наименование дисциплины и ее шифр <i>в соответствии с учебным планом</i>	Объем фонда учебной и учебно-методической литературы		Количество экземпляров литературы на одного обучающегося, ед./чел	Доля наименований, изданных за последние 5/10 лет, от общего количества, %
	Количество наименований, ед.	Количество экземпляров, ед.		
1	2	3	4	5
ГСЭ.Б.1.1.1 Русский язык и культура речи	6	1022	40,9	100
ГСЭ.Б.1.1.2 Иностранный язык	4	230	9,2	100
ГСЭ.Б.1.1.3 Отечественная история	5	303	12,1	100
ГСЭ.Б.1.1.4 Культурология	5	205	8,2	100
ГСЭ.Б.1.1.5 Психология	4	55	2,2	100
ГСЭ.Б.1.1.6 Социология	5	56	2,2	100
ГСЭ.Б.1.1.7 Философия	5	68	2,7	100
ГСЭ.Б.1.1.8 Экономика	5	150	6	100

ГСЭ.Б.1.2.1 Правовые основы рекламы и связей с общественностью	7	750	30	100
ГСЭ.Б.1.2.2 Политология	6	384	15,4	100
ГСЭ.Б.1.2.3 Педагогика	3	106	4,2	100
ГСЭ.Б.1.2.4 Конфликтология средств массовой коммуникации	6	81	3,2	100
ГСЭ.Б.1.2.5 Предпринимательство	3	115	4,6	100
ГСЭ.Б.1.2.6 Логика	3	34	1,4	100
ГСЭ.Б.1.2.7 Основы социального государства	5	500	20	100
ГСЭ.Б.1.2.8 Риторика	4	70	2,8	100
ГСЭ.Б.1.2 в1 Современный русский язык или лингвистический анализ публицистического текста	4/4	94/55	3,8/2,2	100
ГСЭ.Б.1.2 в2 Делопроизводство в рекламе и связях с общественностью или основы деловой этики и корпоративной культуры	3/5	50/40	2/1,6	100
ГСЭ.Б.1.2 в3 Имиджелогия или тренинг личностного роста	5/5	50/85	2/3,4	100
ГСЭ.Б.1.2 в4 Политическая коммуникативистика или трудовое право	5/7	351/710	14/28,4	100

ЕН.Б. 2.1.1	Математика и статистика	4	181	7,2	100
ЕН.Б. 2.1.2	Компьютерные технологии и информатика	6	78	3,1	100
ЕН.Б..2.2.1	Основы интернет – технологий	4	65	2,6	100
ПЦ.Б.3.1.1	Основы теории коммуникации	5	79	3,2	100
ПЦ.Б.3.1.2	Социология массовых коммуникаций	4	80	3,2	100
ПЦ.Б.3.1.3	Психология массовых коммуникаций	4	31	1,2	100
ПЦ.Б.3.1.4	Теория и практика массовой информации	3	30	1,2	100
ПЦ.Б.3.1.5	Основы рекламы и связей с общественностью	12	167	6,7	100
ПЦ.Б.3.1.6	Основы менеджмента	3	750	30	100
ПЦ.Б.3.1.7	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	8	100	4	100
ПЦ.Б.3.1.8	Основы маркетинга	5	95	3,8	100
ПЦ.Б.3.1.9	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	4	50	2	100
ПЦ.Б.3.1.10	Безопасность жизнедеятельности	2	61	2,4	100

ПЦ.Б.3.2.1	История отечественной литературы	3	56	2,2	100
ПЦ.Б.3.2.2	История зарубежной литературы	3	32	1,3	100
ПЦ.Б.3.2.3	Стилистика и литературное редактирование	4	55	2,2	100
ПЦ.Б.3.2.4	Текст в рекламе и связях с общественностью	5	50	2	100
ПЦ.Б.3.2.5	Введение в рекламу и связи с общественностью	4	62	2,5	100
ПЦ.Б.3.2.6	Современная пресс-служба	3	36	1,4	100
ПЦ.Б.3.2.7	Телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью	3	40	1,6	100
ПЦ.Б.3.2.8	Менеджмент рекламы и связей с общественностью	8	155	6,2	100
ПЦ.Б.3.2.9	Организация кампаний в сфере коммуникаций	5	80	3,2	100
ПЦ.Б.3.2.10	Консалтинг в рекламе и связях с общественностью	3	25	1	100
ПЦ.Б.3.2 в1	Реклама и связи с общественностью в социально-культурной сфере или бизнес - коммуникации	5 /4	98/60	3,9/2,4	100
ПЦ.Б.3.2 в2	Реклама и связи с общественностью в бизнесе или реклама и связи с общественностью в банковской сфере	4/4	57/52	2,3/2,1	100

ПЦ.Б.3.2 в3 Реклама и связи с общественностью в сфере избирательных технологий и политике или социальная реклама	3/4	102/62	4,1/2,5	100
ПЦ.Б.3.2 в4 Реклама и связи с общественностью в государственных структурах или коммерческая реклама	4/3	85/45	3,7/1,8	100
ПЦ.Б.3.2 в5 Реклама и связи с общественностью в нефтегазовой отрасли или антикризисные связи с общественностью	5/4	92/45	3,4/1,8	100
ПЦ.Б.3.2. в6 Бренд-менеджмент или брендинг территорий	5/5	61/59	2,4/2,4	100
ПЦ.Б.3.2 в7 Информационно- аналитическая работа в рекламе и связях с общественностью или проектирование в рекламе и связях с общественностью	3/5	55/90	2,2/3,6	100
ПЦ.Б.3.2 в8 Реклама и связи с общественностью в интернете или технологии рекламы и связей с общественностью	4/5	40/75	1,6/3	100
Б.4. Физическая культура	5	190	7,6	100
Ф. 01 Информационно-библиотечная культура	3	3	2	100
Ф.02 Деловой иностранный язык	3	160	6,4	100

Ф.03 Адаптация на рынке труда	4	84	3,4	100
<b>В целом по ООП</b>	301	4437	177,5	100
<i>В том числе по циклам дисциплин</i>				
<i>ГСЭ</i>	114	564	22,5	100
<i>ЕН</i>	14	324	13	100
<i>ПЦ</i>	158	3112	124,5	100
<i>Б.4</i>	5	190	7,6	100
<i>Ф</i>	10	247	9,9	100

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова

(подпись)

Заведующий кафедрой:  М.И. Белоножко

(подпись)

## Обеспечение ООП (специальность 030602.65 «Связи с общественностью») учебной и учебно-методической литературой

№ п/п	Наименование дисциплины и ее шифр <i>в соответствии с учебным планом</i>	Автор, название, место издания, издательство	Год издания	Кол-во экземпляров, ед.	Число обучающихся одновр изуч-х дисциплину, ч
1	2	3	4	5	6
<b>Б.1 ГУМАНИТАРНЫЙ, СОЦИАЛЬНЫЙ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЦИКЛ</b>					
<b>Базовая часть</b>					
1	ГС.Б.1.1.1 Русский язык и культура речи	<p>1. Русский язык и культура речи: учебник для высших и средних специальных учебных заведений / В. Д. Черняк [и др.] ; ред. В. Д. Черняк. - М. :Юрайт : ИД Юрайт, 2010.- 493 с.</p> <p>2. Голуб, Ирина Борисовна. Русский язык и культура речи : учебное пособие для вузов / И. Б. Голуб. - М. : Университетская книга : Логос, 2010. - 432 с.</p> <p>3. Ипполитова, Н. А. Русский язык и культура речи [Текст] : учебник / Н. А. Ипполитова, О. Ю. Князева, М. Р. Савова. - М. : Проспект, 2010. - 439 с.</p> <p>4. Русский язык и культура речи [Текст]: сборник упражнений / Е. В. Сергеева [и др.] ; ред. В. Д. Черняк. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Высшая школа, 2010. - 141 с.</p> <p>5. Введенская, Л. А. Риторика и культура речи [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. - Изд. 11-е. - Ростов н/Д : Феникс, 2010. - 538 с.</p> <p>6. Казакова, Т.Е., Мордвинцева, В.С. Культура речи в нормативном и коммуникативном аспектах [Текст]: учебное пособие; под ред. Т.Е. Казаковой. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2013. – 180 с.</p>	2010	613	25
			2010	193	
			2010	51	
			2011	20	
			2010	35	
			2013	110	
2					25

	ГСЭ.Б.1.1.2 Иностранный язык	<p>1. Практическая грамматика немецкого языка: учебное пособие для студентов неязыковых вузов . М. М. Васильева. М.: Альфа - М.</p> <p>2. Немецкий для технических вузов. Басова Н. В. Ростов на / Дону.</p> <p>3. Практическая грамматика немецкого языка: учебное пособие для студентов неязыковых вузов М. М. Васильева. М.: Альфа- М.</p> <p>4. Английский язык для студентов университетов. Упражнения по грамматике: учебное пособие для студентов вузов / О. А. Березина, Е. М. Шпиллюк. - М. : Академия, 2008.</p>	2009	50	
			2009	30	
			2009	50	
			2008	100	
3	ГСЭ.Б.1.1.3 Отечественная история	<p>1. Сахаров, А.Н. История России с древнейших времен до наших дней в 2 ч [Текст]: учебник / А.Н.Сахаров, А. Н. Боханов, В. А.Шестаков, ред. А.Н. Сахаров – М.: Проспект, 201 –768 с.</p> <p>2. Зуев, М.Н. История России [Текст]: учебное пособие по дисциплине «Отечественная история» для студентов неисторических специальностей / М. Н. Зуев – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2011. – 656 с.</p> <p>3. Некрасов, М.Б. Отечественная история [Текст]: учебное пособие по дисциплине «Отечественная история» для студентов неисторических специальностей / М.Б. Некрасова. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: Юрайт: ИД Юрайт, 2011. – 378 с.</p> <p>4. Новейшая история России. 1914–2010 [Текст]: учебное пособие для бакалавров / В.А. Кутузов [и др.]; ред. М.В. Ходяков; СПбГУ. – 5-е изд., испр. и доп.- М.: Юрайт, 2012. – 538 с.</p> <p>5. Полторац, С.Н. История России: IX–XX вв. [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по неисторическим специальностям / С.Н. Полторац и др. – 3-е изд., испр. и перераб.,- М.: Гардарики, 2011. – 479 с.</p>	2011	110	25
			2011	36	
			2011	35	
			2011	50	
			2011	72	
4	ГСЭ.Б.1.1.4 Культурология	<p>1. Багдасарьян, Н.Г. Культурология [Текст]: учебник для студентов вузов / Н.Г. Багдасарьян. – М.: Юрайт, 2011. – 496 с.</p> <p>2. Культурология: учебное пособие для студентов вузов / ред. Г.В. Драч. – 17-е изд. – Ростов н/Д.: Феникс</p>	2011	110	25
			2010	32	

		<p>3. Культурология: учебник по дисциплине «Культурология» / ред. Ю.Н. Солонин, М.С. Каган. – М.: Юрайт: Высшее образование</p> <p>4. Культурология [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Столяренко Л.Д. [и др.]: ред. С.И. Самыгин – 4-е изд. испр. и доп. – Ростов н/Д: Феникс; М.; Ростов н/Д: МарТ, 2010. – 351 с.</p> <p>5. Астафьев, О.Н. Культурология. Теория культуры. [Текст] / учебное пособие для вузов / О.Н. Астафьева, Т.Г. Грушевицкая, А.П. Садохин – 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2012. – 487 с.</p>	2010	30	
			2010	20	
			2012	10	
5	ГСЭ.Б.1.1.5 Психология	<p>1. Нуркова, В. В. Психология [Текст] : учебник для бакалавров : учебник для студентов вузов / В. В. Нуркова, Н. Б. Березанская. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2012. - 575 с.</p> <p>2. Психология [Текст] : учебник для бакалавров : для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям / Московский педагогический государственный университет ; под общ. ред.: В. А. Слостенина, А. С. Обухова. - Москва : Юрайт, 2013. - 530 с.</p> <p>3. Немов, Р. С. Психология [Текст] : учебник для бакалавров : для студентов вузов, обучающихся по непсихологическим специальностям / Р. С. Немов. - Москва : Юрайт, 2013. - 639 с.</p> <p>4. Никандров, В. В. Психология [Электронный ресурс] : электронный учебник / В. В. Никандров. - М. : КноРус, 2010. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM)</p>	2012	10	25
			2012	10	
			2013	10	
			2010	25	
6	ГСЭ.Б.1.1.6 Социология	<p>1.Общая социология [Текст] : учебник / С. С. Фролов. - М. : Проспект.</p> <p>2. Социология [Текст] : учебник / Н. Г. Багдасарьян, М. А. Козлова, Н. Р. Шушанян ; ред. Н. Г. Багдасарьян. - М. : Юрайт.</p> <p>3. Социология [Текст] : учебник для бакалавров : для студентов вузов / А. И. Кравченко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт. 2013. – 458с.</p>	2011	20	25
			2010	21	
			2013	5	

		4. Социология [Текст] : учебник / В. Н. Лавриненко [и др.] ; науч. ред. В. Н. Лавриненко. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Проспект, 2013. – 562с.	2013	5	
		5. Социология [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по неосоциологическим направлениям подготовки / М. Б. Готов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Академия, 2013. - 486с.	2013	5	
7	ГСЭ.Б.1.1.7 Философия	1.Липский, Б.И Философия [Текст] : учебник для бакалавров : для студентов вузов / Б. И. Липский, Б. В. Марков ; Санкт-Петербургский государственный университет. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2013. - 508 с.	2013	10	25
		2. Спиркин, А.Г.Философия [Текст] : учебник для бакалавров : учебник для студентов вузов / А. Г. Спиркин. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2012. - 828 с.	2012	5	
		3. Алексеев, П.В. Философия [Текст]: учебник / П. В. Алексеев, А. В. Панин ; МГУ им. М. В. Ломоносова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Проспект, 2012. - 588 с.	2012	30	
		4.Философия [Текст]: учебник для студентов вузов / ред. В. Н. Лавриненко. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт : Высшее образование, 2013. - 561 с.	2013	18	
		5. Гуревич, П.С. Философия [Текст]: учебник для бакалавров: учебник для студентов вузов / П.С. Гуревич. – М : Юрайт, 2012. – 574 с.	2012	5	
8	ГСЭ.Б.1.1.8 Экономика	1.Экономическая теория [Текст] : учебник по специальности 060800 «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» / Л. Г. Симкина. - 2-е изд. - М. [и др.] : Питер, 2010. - 381 с.	2010	20	25
		2. Макроэкономика [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Л. С. Тарасевич, П. И. Гребенников, А. И. Леусский ; Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов. - 8-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2012. - 686 с.	2012	20	
		3. Симонов, С.Г. Национальная экономика: макроэкономический подход [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080103 «Национальная экономика» и другим экономическим специальностям / С. Г. Симонов, А. М. Клепикова ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2010. - 171 с.	2010	10	

		4.Симонов С.Г. Экономика [Текст]: учебное пособие / С.Г. Симонов, М.А. Хаматханова. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2013 – 180с.	2013	50	
		5. Лысенко, И.В. Экономика [Текст]: практикум для студентов, обучающихся по инженерным специальностям и направлениям / И.В.Лысенко, М.В. Лысенко, М.А. Хаматханова; ТГНГУ. – Тюмень: ТГНГУ, 2014. – 180 с.	2014	50	
<b>Вариативная часть, в том числе по выбору студента</b>					
9	ГСЭ.Б.1.2.1 Правовые основы рекламы и связей с общественностью	1.Крылова, З.Г. Правоведение [Текст]: / З.Г. Крылова – М.: Проспект 2.Волгин, Н.А. Социальное государство [Текст]: / Н.А. Волгин, Н.Н. Гриценко, Ф.И. Шарков. – М.: НОРМА 3.Колков, В.В. Социальная политика и социальная работа[Текст]: / В.В. Колков, И.М. Лавриненко. – М.: НОРМА 4.Магницкая, Е.В. Правоведение [Текст]: – 3 – е изд. - / Е.В. Магницкая. – М.: Питер. 5.Баглай, М.В. Социальное право Российской Федерации [Текст]: учебник / М.В. Баглай. – М.: Маркетинг. 6.Социология [Текст]: учебник для студентов для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / В.М. Корельский [и др]; ред. В.Д. Перевалов. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: НОРМА. 7.Фролов, С.С. Социология [Текст]: учебник для студентов вузов / С.С. Фролов. – 4 изд. – М. : Гардарики.	2012 2011 2011 2012 2011 2012 2011	150 100 100 100 100 100 100	25
10	ГСЭ.Б.1.2.2 Политология	1. Гаджиев, К.С. Политология [Текст]: базовый курс: учебник для студентов вузов / К.С. Гаджиев. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2010. - 505 с. 2. Гаджиев, К.С. Политология [Текст]: базовый курс: учебник для бакалавров: учебник для студентов вузов / К.С. Гаджиев. – 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2012. - 467 с.	2010 2012	158 10	25

		3. Кравченко, А.И. Политология [Текст]: учебник / А.И. Кравченко; МГУ им. М.В. Ломоносова. - М.: Проспект, 2011. – 448 с.	2011	150	
		4. Мухаев, Р.Т. Политология [Текст]: учебник / Р.Т. Мухаев. – М.: Проспект, 2010. –640с.	2010	50	
		5. Политология [Текст]: учебник для студентов вузов / В.И. Буренко [и др.]; ред. В.И. Буренко. – М.: КноРус, 2013. – 387 с.	2013	10	
		6. Политология [Текст]: учебник для бакалавров; для студентов вузов / В.Н. Лавриненко [и др.]; ред. В.Н. Лавриненко. – 4-е изд., перераб. и доп. - М: Юрайт, 2012. – 519 с.	2012	6	
11	ГСЭ.Б.1.2.3 Педагогика	1. Подласый, И.П. Педагогика [Текст] : учебник по дисциплине "Педагогика и психология" (часть I "Педагогика") для студентов вузов, обучающихся по непедагогическим специальностям / И. П. Подласый. - 2-е изд. доп. - М. : Юрайт : ИД Юрайт, 2011. - 574 с.	2011	50	25
		2.Подласый, И.П. Педагогика [Электронный ресурс] : электронный учебник : учебник по дисциплине "Педагогика и психология" (часть I "Педагогика") для студентов вузов, обучающихся по непедагогическим специальностям / И. П. Подласый ; ТюмГНГУ. - М. : Юрайт, 2010.	2010	25	
		3. Подласый, И.П. Педагогика [Текст] : учебник по дисциплине "Педагогика и психология" (часть I "Педагогика") для студентов вузов, обучающихся по непедагогическим специальностям / И. П. Подласый. - 2-е изд. доп. - М. : Юрайт, 2010. - 574 с.	2010	31	
12	ГСЭ.Б.1.2.4 Конфликтология средств массовой коммуникации	1. Конфликтология [Текст] : учебник / О. З. Муштук [и др.] ; ред. О. З. Муштук. - М. : МФПА, 2011. - 319 с.	2011	10	25
		2. Конфликтология [Текст] : учебник для студентов вузов / А. Я. Кибанов [и др.]. - М. : Инфра-М, 2012. - 301 с.	2012	21	
		3. Решетникова, К.В. Организационная конфликтология [Текст] : учебное пособие для студентов вузов/ К. В. Решетникова ; ГУ ВШЭ. - Москва : Инфра-М, 2012. - 174 с.	2012	5	
		4. Конфликтология [Текст] : учебник для студентов вузов / под ред. В. П. Ратникова. - 3-е	2013	10	

		изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 543 с. Зеленков, Михаил Юрьевич. Конфликтология [Текст] : учебник для студентов вузов (квалификация "бакалавр") / М. Ю. Зеленков. - Москва : Дашков и К°, 2013. - 324 с.			
		5. Зеленков, М.Ю. Конфликтология [Текст] : учебник для студентов вузов (квалификация "бакалавр") / М. Ю. Зеленков. - Москва : Дашков и К°, 2013. - 324 с.	2013	15	
		6. Трушников, Д.Ю Конфликтология [Текст] : учебное пособие / Д. Ю. Трушников ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2010. - 443 с.	2010	20	
13	ГСЭ.Б.1.2.5 Предпринимательство	1.Самарина, В.П. Основы предпринимательства [Текст] : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальностям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит» / В. П. Самарина. – Старый Оскол: ТНТ, 2011. -292 с.	2011	30	25
		2. Управление предпринимательской деятельностью [Текст] : учебное пособие для для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 080502 – «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» / Л.Л. Тонышева [ и др.]; ТюмГНГУ. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2012. – 216 с.	2012	25	
		3. Организация предпринимательской деятельности [Текст] : учебник / А. И. Базилевич [и др.] ; ред. В. Я. Горфинкель. - М. : Проспект, 2012. - 544 с.	2012	60	
14	ГСЭ.Б.1.2.6 Логика	1. Грядовой, Д.И. Логика. Общий курс формальной логики [Текст]: учебник для студентов вузов / Д. И. Грядовой. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 326 с.	2010	11	25
		2. Тарасенко, В.В. Логика и методология управления [Текст] : книга для руководителя : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям "Экономика" и "Менеджмент" / В. В. Тарасенко ; Институт философии РАН. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 367 с.	2010	5	
		3.Селиванов, Ф.А. Логика [Текст]: учебное пособие для студентов Тюменского государственного нефтегазового университета / Ф. А. Селиванов ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2010. - 163 с.	2010	18	

15	ГСЭ.Б.1.2.7 Основы социального государства	1. Ахинов Г.А., Калашников С.В. Социальная политика /Г.А. Ахинов, С.В. Калашников - М.: НОРМА	2011	100	25
		2. Магницкая, Е. В. Правоведение - 3-е изд./Е.В. Магницкая - М.: Питер	2012	100	
		3. Правовое обеспечение рекламной деятельности:Учебник/ Подред. Д.О.Тузова, В.С.Аракчеева - М.: ФОРУМ:ИНФРА	2010	100	
		4. Анисимов В. П., Васенков В. А., Дмитриева И. В., Коленова С. Д., Корнеева И. Л., Рацкевич С. В., Юр Хабибулин, А.,Мурсалимов ,К. Правовое обеспечение рекламной деятельности; учебное пособие.- М.:ИНФРА ченко Н. А. Правоведение: практикум. - М., 3-е изд.	2012	100	
		5. Хабибулин, А.,Мурсалимов ,К. Правовое обеспечение рекламной деятельности; учебное пособие.- М.:ИНФРА	2011	100	
16	ГСЭ.Б.1.2.8 Риторика	1. Введенская, Л.А. Риторика и культура речи [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. - 11-е изд. - Ростов н/Д : Феникс, 2010. - 538 с.	2010	35	25
		2. Баделина М.В. Культура речи и деловая риторика. Курс лекций [Текст]: учебное пособие/ М.В. Баделина. - Тюмень: ТюмГНГУ, 2013. - 240 с.	2013	10	
		3. Фирстова, Н.И. Риторический тренинг [Текст]: учебное пособие по дисциплине "Русский язык и культура речи для студентов и преподавателей технических вузов" / Н. И. Фирстова ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2010. - 171 с.	2010	10	
		4. Петров О.В. Риторика [Текст]: учебник/ О.В. Петров. – М.: Проспект, 2012. - 423 с.	2012	15	
<i>ГСЭ.Б.1.2. в ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ СТУДЕНТА</i>					
17	ГСЭ.Б.1.2 в1 Современный русский язык или лингвистический анализ публицистического текста	1. Русский язык и культура речи [Текст] : сборник упражнений / Е. В. Сергеева [и др.] ; ред. В. Д. Черняк. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Высшая школа, 2010. - 141 с.	2010	20	25
		2. Русский язык и культура речи [Текст]: учебник для бакалавров: для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям / Т. И. Сурикова, Н. И.	2013	15	

		<p>Клушина, И. В. Анненкова; ред. Г. Я. Солганик. - Москва : Юрайт : ИД Юрайт, 2013. - 239 с.</p> <p>3. Современный русский литературный язык [Текст]: учебник для вузов / П. А. Лекант [и др.] ; под ред. П. А. Леканта. - М.: Высшая школа, 2010. - 766 с.</p> <p>4. Тухтиева, Г.Т. Русский язык и культура речи [Текст] : учебное пособие для студентов технических вузов / Г. Т. Тухтиева ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2013. - 147 с.</p> <hr/> <p>1. Голуб, И.Б. Русский язык и практическая стилистика [Текст] : справочник : учебно-справочное пособие для бакалавров : учебное пособие для студентов вузов / И. Б. Голуб. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2012. - 459 с.</p> <p>2. Штрекер, Н.Ю. Русский язык и культура речи [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Н. Ю. Штрекер. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 351 с.</p> <p>3. Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и ПР-текстов [Текст]: учебное пособие. – М.: Флинта:Наука, 2012 г. – 180 с.</p> <p>4. Бельчиков, Ю.А. Практическая стилистика современного русского языка [Текст]: нормы употребления слов, фразеологических выражений, грамматических форм и синтаксических конструкций / Ю. А. Бельчиков; РАН. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: АСТ-Пресс Книга, 2012. - 422 с.</p>	<p>2010</p> <p>2013</p> <p>2012</p> <p>2013</p> <p>2012</p> <p>2012</p>	<p>30</p> <p>29</p> <p>15</p> <p>20</p> <p>10</p> <p>10</p>	
18	ГСЭ.Б.1.2 в2 Делопроизводство в рекламе и связях с общественностью или основы деловой этики и корпоративной культуры	<p>1. Делопроизводство [Текст] : учебник для студентов вузов / Т. А. Быкова, Л. М. Вялова, Л. В. Санкина ; под общ. ред. Т. В. Кузнецовой. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Инфра-М, 2012. - 363 с.</p> <p>2. Документирование управленческой деятельности [Текст] : учебное пособие для студентов вузов/ Г. И. Лавров, Р. Н. Ога, Н. В. Овсянкина ; ТюмГНГУ. - Тюмень: ТюмГНГУ, 2010. - 172 с.</p> <p>3. Делопроизводство [Текст] : образцы, документы, организация и технология работы с учетом нового ГОСТ Р 6.30-2003 "Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов" / В. В. Галахов [и др.] ; ред.: И. К. Корнеев, В. А.</p>	<p>2012</p> <p>2010</p> <p>2010</p>	<p>20</p> <p>20</p> <p>10</p>	25

		Кудряев. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Проспект, 2010. - 480 с.			
		1.Бороздина, Г.В. Психология делового общения [Текст]: учебник для бакалавров/ Г.В.Бороздина, Н.А. Комарова, под обд. ред. Г.В. Бороздиной – Москва: ИНФРА М.: 2013, - 463 с.	2013	10	
		2. Кузин, Ф.А. Культура делового общения [Текст]: практическое пособие/ Ф.А.Кузин – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва: Ось-89, 2012 – 319 с.	2012	10	
		3. Персикова, Т.Н. Корпоративная культура [Текст]: учебник для студентов вузов / Т.Н. Персикова - Москва: Логос, 2012 – 286 с.	2012	8	
		4. Руднев, В.Н. Риторика. Деловое общение [Текст]: учебное пособие / В.Н. Руднев – Москва: КноРус, 2013 – 347 с.	2013	11	
		5. Шеламова, Г.М. Деловая культура и психология общения [Текст]: учебник /Г.М. Шеламова – Москва: Академия, 2013 – 190 с.	2013	1	
19	ГСЭ.Б.1.2 в3 Имиджелогия или тренинг личностного роста	1. Ушакова, Н.В. Имиджелогия [Текст] : учебное пособие / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. - 3-е изд., испр. - Москва : Дашков и К°, 2012. - 263 с.	2012	10	25
		2. Фалько, Г.В. Деловая культура и психология общения [Текст] : учебное пособие для слушателей групп краткосрочного повышения квалификации, аспирантов и докторантов педагогических специальностей / Г. В. Фалько ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2011. - 204 с.	2011	10	
		3. Кибанов, А.Я. Этика деловых отношений [Текст] : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Управление персоналом" / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова ; под ред. А. Я. Кибанова ; Государственный университет управления. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2011. - 424 с.	2011	10	
		4. Управление общественными отношениями [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080504 "Государственное и муниципальное управление" / ред. Ю. К. Федулов. - М. : Вузовский учебник, 2011. - 153 с.	2011	10	
		5. Андриенко, Е.В. Социальная психология [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Социальная педагогика", "Педагогика и	2010	10	

		<p>психология", "Социальная психология", "Педагогика" / Е. В. Андриенко ; ред. В. А. Сластенин. - 5-е изд., стер. - М. : Академия, 2010. - 264 с.</p> <hr/> <p>1.Немов, Р.С. Общая психология [Текст] : учебник для студентов высших педагогических учебных заведений : в 3 ч. / Р. С. Немов. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва:Юрайт. -(Магистр).Т. 3 : Психология личности. - 2012. - 739 с.</p> <p>2. Социальная психология [Текст]: учебное пособие для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования / Н. С. Ефимова. - Москва : ФОРУМ, 2012. - 191 с.</p> <p>3. Нуркова В.В. Психология [Текст]: учебник для студентов вузов / В.В. Нуркова, М.: Юрайт, 2012 – с.</p> <p>4. Лекции по психологии [Электронный ресурс]: электронный учебник: учебное пособие для студентов вузов / П.Я. Гальперин. – М.: КДУ. – 1 эл. отп. диск (CD-ROM), 2011</p> <p>5. Психология [Электронный ресурс]: электронный учебник / В.В. Никандров. – М.: КноРус. - 1 эл. отп. диск (CD-ROM), 2010</p>	2012	10	
			2012	15	
			2012	10	
			2011	1	
			2010	1	
20	ГСЭ.Б.1.2 в4 Политическая коммуникативистика или трудовое право	<p>1. Василенко, И.А. Политология [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Политология" / И. А. Василенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт : Высшее образование, 2010. - 398 с.</p> <p>2. Социология и политология [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов / Н. Н. Исаченко ; ТюмГНГУ. - Электрон. текстовые дан. - Тюмень: ТюмГНГУ, 2010.</p> <p>3. Кравченко, А.И. Политология [Текст]: учебник. – М.: Проспект, 2011. – 448 с.</p> <p>4. Кузнецов, П.А. Политическая реклама [Текст]: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов / П. А. Кузнецов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 127с.</p> <p>5. Гаджиев, К.С. Политология [Текст]: базовый курс: учебник для студентов вузов / К. С. Гаджиев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2010. - 505 с.</p> <hr/>	2010	32	25
			2010	1	
			2011	150	
			2010	10	
			2010	158	

		1.Миронов, В.И. Трудовое право [Текст]: - М.: Проспект	2011	90	
		2.Хохлов, Е.Б. Трудовое право - М.: Кн. Палата	2010	100	
		3.Насырова, Н.Р. «Трудовое право России» [Текст]: – ТюмГНГУ	2010	100	
		4.Оробец, В.М. Трудовое право[Текст]: - 3-е изд. - М. [и др.] : Питер.	2011	90	
		5. Насырова, Н.Р. Тестовые задания «Трудовое право России»- ТюмГНГУ	2010	120	
		6. Баглай, М.В. Трудовое право Российской Федерации: учебник[Текст]: /М.В. Баглай. - М.: Маркетинг.	2011	120	
		7.Магницкая, Е. В. Трудовое право[Текст]: - 3-е изд. - /Е.В. Магницкая: М.: Питер	2012	90	
<b>Б.2. МАТЕМАТИЧЕСКИЙ И ЕСТЕСТВЕННОНАУЧНЫЙ ЦИКЛ</b>					
<b>Базовая часть</b>					
21	ЕН.Б. 2.1.1 Математика и статистика	1. Руководство к решению задач по математическому анализу: учебное пособие / Г.И. Запорожец. – 5–е изд., стер. –СПб.: Лань, 2010. – 464 с.	2010	30	25
		2. Математика для экономистов: от Арифметики до Эконометрики: учебно-справочное пособие / Н.Ш. Кремер, Б.А. Путко, И.М. Тришин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2010. - 646 с.	2010	31	
		3. Начала математического анализа: учебное пособие / О.С. Ивашев – Мусатов. – 7–е изд., испр. – СПб.: Лань, 2010. – 256 с.	2010	20	
		4. Конспект лекций по высшей математике: полный курс / Д.Т. Письменный. – 9–е изд., – М.:Айрис - пресс, 2010. – 603 с.	2010	100	
22	ЕН.Б. 2.1.2 Компьютерные технологии и информатика	1.Информатика [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по естественно-научным направлениям и специальностям / В. А. Каймин. - 6-е изд. - М. : Инфра-М, 2010. - 284 с	2010	10	25
		2. Компьютерный практикум по информатике[Текст]: офисные технологии: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности	2011	10	

		<p>"Социальная работа" / Г. В. Калабухова, В. М. Титов. - М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2011. - 336 с.</p> <p>3. Информатика [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Экономика и управление", и направлению "Информатика и вычислительная техника" / О. П. Новожилов. - М. : Юрайт</p> <p>4. Информатика и информационные технологии [Текст]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению "Экономика" и другим экономическим специальностям / [Ю. Д. Романова и др.] ; под ред. Ю. Д. Романовой. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Эксмо</p> <p>5. Информационные технологии в профессиональной деятельности: учебное пособие / Е. В. Михеева. - Москва : Проспект, 2013. - 448 с.</p> <p>6. Информационные технологии управления [Текст]: учебник. / А. Э. Саак, Е. В. Пахомов, В. Н. Тюшняков. - 2-е изд. - М. [и др.] : Питер</p>	2011	35	
			2011	10	
			2013	10	
			2009	3	
<b>Вариативная часть, в том числе по выбору студента</b>					
23	ЕН.Б..2.2.1 Основы интернет-технологий	<p>1. Информатика и информационные технологии [Текст]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению "Экономика" и другим экономическим специальностям / [Ю. Д. Романова и др.] ; под ред. Ю. Д. Романовой. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Эксмо, 2011. - 704 с.</p> <p>2. Основы сетей передачи данных [Текст]: курсы лекций для студентов вузов, обучающихся по специальности 351400 "Прикладная информатика" / В.Г. Олифер, Н.А. Олифер. - М.: Интернет-Университет Информационных технологий, 2010. - 247 с.</p> <p>3. Поиск системы и продвижение сайтов в Интернете [Текст]: краткое руководство / Д. Н. Колисниченко. - М. ; СПб.; Киев: Вильямс, 2013. - 272 с.</p> <p>4. Интернет-технологии в экономике знаний [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 080100 "Экономика" и экономическим специальностям / Н. М. Абдикеев [и др.] ; ред. Н. М. Абдикеев. - М. : Инфра-М, 2010. - 448 с.</p>	2011	20	25
			2010	15	
			2013	15	
			2010	15	
<b>Б.3 ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЦИКЛ</b>					
<b>Базовая часть</b>					

24	ПЦ.Б.3.1.1 Основы теории коммуникации	<p>1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации [Текст] : для бакалавров и специалистов: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600 "Журналистика и специальности 030601 «Журналистика» / Д.П. Гавра. [ и др. ] - СПб : Питер, 2011. - 288с.</p> <p>2. Романов, А.А. Массовые коммуникации [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 Реклама, 080111 Маркетинг / А. А. Романов, Г. А. Васильев. - М. : Вузовский учебник : Инфра-М, 2011. - 235 с.</p> <p>3. Моор, С.М. Управление коммуникациями [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / С. М. Моор ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2012. - 92 с.</p> <p>4. Маркетинговые коммуникации [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям "Маркетинг", "Реклама и связи с общественностью", "Менеджмент" / Н. В. Карпова [и др.]. - Старый Оскол : ТНТ, 2012. - 255 с.</p> <p>5. Шарков, Ф.И. Коммуникология : основы теории коммуникации [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Институт современных коммуникационных систем и технологий. - 4-е изд., перераб. - Москва : Дашков и К°, 2013. - 487 с.</p>	2011 2011 2012 2012 2013	15 10 34 10 10	25
25	ПЦ.Б.3.1.2 Социология массовых коммуникаций	<p>1. Гостенина, В.И. Социология массовой коммуникации. [Текст]: учебник (ФГОС 3-го поколения), 2-е изд., перераб / В.И. Гостенина, А.Г.Киселев - М.: Альфа-М , 2013.–335 с.</p> <p>2. Романов, А.А. Массовые коммуникации [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 Реклама, 080111 Маркетинг / А. А. Романов, Г. А. Васильев– М.: Вузовский учебник: Инфра-М, 2011.– 35 с.</p> <p>3. Шарков, Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков; Международная академия бизнеса и управления, Институт современных коммуникационных систем и технологий.– 4-е изд.– М.: Дашков и К°, 2012. – 348 с.</p> <p>4. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации [Текст] для бакалавров и специалистов: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению</p>	2013 2011 2012 2011	30 25 10 15	25

		030500"Журналистика" и специальности 030501 "Журналистика" / Д. П. Гавра. – М. [и др.]: Питер, 2011. – 284 с.			
26	ПЦ.Б.3.1.3 Психология массовых коммуникаций	<p>1.Киселев, А.Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста. Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" /А.Г. Киселев. Питер, 2011 . - 399 с.</p> <p>2. . Романов, А.А. Массовые коммуникации [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 Реклама, 080111 Маркетинг / А. А. Романов, Г. А. Васильев. - М. : Вузовский учебник : Инфра-М, 2011. - 235 с..</p> <p>3. Полукаров, В.Л. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст] : учебное пособие / В. Л. Полукаров, С. Н. Рощупкин, К. А. Кобулашвили. - М. : КноРус, 2012. - 348 с. .</p> <p>4. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Институт современных коммуникационных систем и технологий. - 4-е изд., перераб. - Москва : Дашков и К°, 2013. - 487 с..</p>	2012	1	25
			2011	10	
			2012	10	
			2013	10	
27	ПЦ.Б.3.1.4 Теория и практика массовой информации	<p>1. Теория и практика массовой информации. Общество. СМИ. Власть [Текст]: / Юнити-Дана, 2010.</p> <p>2. Гнетнев, А. И. Современная прессслужба. [Текст] : учебник для вузов / А.И. Гнетнев, Филь. - Феникс, 2010.</p> <p>3. Киселев, А.Г. Теория и практика массовой информации. Подготовка и создание медиатекста. [Текст]: / А.Г. Киселев. - Питер, 2011.</p>	2010	10	25
			2010	10	
			2011	10	
28	ПЦ.Б.3.1.5 Основы рекламы и связей с общественностью	<p>1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью» / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2014. – 159 с.</p>	2014	12	25

	2. Реклама и связи с общественностью [Текст]: учебник для бакалавров: для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, Д. А. Жильцов ; Финансовый университет при правительстве Российской Федерации. – Москва : Юрайт, 2013. – 552 с.	2013	10	
	3.Рожков, И.Я. Брендинг [Текст] : учебник для бакалавров : для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью» / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. – Москва: Юрайт, 2013. – 331 с.	2013	11	
	4.Кузнецов, П.А. Копирайтинг & спичрайтинг : эффективные рекламные и PR-технологии [Текст]: монография / П. А. Кузнецов. - Москва: Дашков и К°, 2013.	2013	10	
	5.Чумиков, А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью» / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - 2-е изд. - Москва : ИНФРА-М, 2013. - 329 с.	2013	11	
	6. Герастмова, Г.И. Связи с общественностью: происхождение и ранняя история [Текст]: учебное пособие / Г. И. Герасимова. – Тюмень :ТюмГНГУ, 2013. – 68 с	2013	25	
	7. Ильин, А.С. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] : курс лекций / А. С. Ильин. – М. : КноРус, 2012. – 141 с.	2012	13	
	8. Основы теории связей с общественностью [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. – М. [и др.]: Питер, 2012. – 376 с.	2012	15	
	9.Толмачева, С.В. Рекламная деятельность [Текст]: учебное пособие по специальностям «Менеджмент» и «Маркетинг» / С. В. Толмачева; ТюмГНГУ. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2011. – 144 с.	2011	20	
	10. Бузни, Е.Н. История связей с общественностью [Текст]: учебное пособие/ Е.Н. Бузни. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011	2011	18	
	11. Мудров, А.Н. Основы рекламы [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама»/ А. Н. Мудров. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Магистр, 2010. – 397 с.	2010	12	
	12. Шарков, Ф.И. Паблик рилейнз [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / Ф. И. Шарков; Международный	2010	10	

		университет бизнеса и управления. – 4-е изд. – М. : Дашков и К°, 2010. – 330 с.			
29	ПЦ.Б.3.1.6 Основы менеджмента	<p>1. Ленкова, О.В. Осиновская И.В., Шалахметова А.В. Теория принятия стратегических решений. Гриф УМО Тюмень:ТюмГНГУ.</p> <p>2. Михалева, Е.П. Менеджмент : конспект лекций / Е. П. Михалева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт : ИД Юрайт.</p> <p>3. Пленкина, В.В., Осиновская И.В., Чижевская Е.Л. Основы управления персоналом. Учебно-практическое пособие, Гриф УМО Тюмень:ТюмГНГУ.</p>	2011 2010 2010	500 50 200	25
30	ПЦ.Б.3.1.7 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	<p>1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 159 с.</p> <p>2. Менеджмент [Текст] : учебник для бакалавров : по направлению и специальности "Менеджмент" / под общ. ред. И. Н. Шапкина. - Москва : Юрайт. - [Б. м.] : ИД Юрайт, 2013. - 690 с.</p> <p>3. Коротков, Э.М. Менеджмент [Текст] : учебник для бакалавров : по направлению и специальности "Менеджмент" / Э. М. Коротков. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт. - [Б. м.] : ИД Юрайт, 2013. - 640 с.</p> <p>4. Сальникова, Л.С, Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии [Текст] : учебник для бакалавров : для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью" / Л. С. Сальникова. - Москва : Юрайт, 2013. - 303 с.</p> <p>5. Кривоносов, А.Д. Основы теории связей с общественностью: учебник [Текст] / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина – СПб: Питер, 2011. – 376 с.</p> <p>6. Мудров, А.Н. Основы рекламы [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама" / А. Н. Мудров. -2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, 2010. – 397с.</p>	2014 2013 2013 2013 2011 2010	12 10 20 11 15 12	25

		7.Чумиков, А.Н. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры [Текст] : учебно-практическое пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - М. : Юрайт-издат., 2010. - 721 с.	2010	10	
		8. Шарков, Ф.И. Паблик рилейшнз [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Международный университет бизнеса и управления. - 4-е изд. - М. : Дашков и К°, 2010. - 330 с.	2010	10	
31	ПЦ.Б.3.1.8 Основы маркетинга	1. Дремлюга, С.А. Основы маркетинга [Текст] : учебно-методическое пособие для студентов специальности 030602.65 "Связи с общественностью" и бакалавров направления 031600.62 "Реклама и связи с общественностью" / С. А. Дремлюга, Е. В. Чупашева ; ред. Г. И. Герасимова ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2012. - 84 с.	2012	19	25
		2. Кузнецова Л.В. Основы маркетинга [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 "Маркетинг" / Л. В. Кузнецова, Ю. Ю. Черкасова. - М. : Вузовский учебник : Инфра-М, 2011. - 138 с.	2011	50	
		3. Основы маркетинга [Текст] : практикум : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг" / ред.: Д. М. Дайитбегов, И. М. Синяева. - М. : Вузовский учебник, 2011. - 365 с.	2011	10	
		4. Григорьев М.Н. Маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учебник : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 061500 "Маркетинг", 060800 "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)" / М. Н. Григорьев ; ТюмГНГУ. - 3-е изд., перераб. и доп. - Электрон. текстовые дан. - М. : Юрайт, 2011. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM).	2011	1	
		5. Маркетинг [Текст] : учебное пособие для бакалавров : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению "Экономика" / С. В. Карпова [и др.] ; ред. С. В. Карпова. - Ростов н/Д : Феникс, 2011. - 473 с.	2011	15	
32	ПЦ.Б.3.1.9 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	1.Толмачева С.В. Рекламная деятельность [Текст]: учебное пособие по специальностям "Менеджмент" и "Маркетинг"/С. В. Толмачева; ТюмГНГУ. - Тюмень: ТюмГНГУ, - 156 с.	2011	20	25
		2.Практикум по маркетингу [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / В. В. Кеворков, Д. В. Кеворков. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : КноРус, 2011. - 566 с.	2011	5	

		3. Маркетинговые коммуникации [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям "Маркетинг", "Реклама и связи с общественностью", "Менеджмент" / Н. В. Карпова и др. - Старый Оскол: ТНТ, 2012. - 255 с.	2012	10	
		4. Маркетинг [Текст]: учебное пособие для бакалавров: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению "Экономика" / С. В. Карпова [и др.]; ред. С. В. Карпова. - Ростов н/Д : Феникс, 2011. - 473 с.	2011	15	
33	ПЦ.Б.3.1.10 Безопасность жизнедеятельности	1. Безопасность жизнедеятельности и защита окружающей среды (техносферная безопасность) [Текст]: учебник по дисциплине "Безопасность жизнедеятельности" для бакалавров всех направлений подготовки в вузах России / С. В. Белов. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт : ИД Юрайт, 2011. - 679 с.	2011	30	25
		2. Безопасность жизнедеятельности и защита окружающей среды (техносферная безопасность) [Текст] : учебник по дисциплине "Безопасность жизнедеятельности" для бакалавров всех направлений подготовки в вузах России / С. В. Белов. - М. : Юрайт, 2010. - 671 с.	2010	31	
<b>Вариативная часть, в том числе по выбору студента</b>					
34	ПЦ.Б.3.2.1 История отечественной литературы	1. История отечественной литературы [Эл. ресурс]: учебник для студентов учреждений ВПО / под. ред. С. А. Джанумова - М.: Академия, 2012. - 334 с.	2012	1	25
		2. Литература [Текст]: учебник для студентов образовательных учреждений / ред. Г. А. Обернихина. - 2-е изд. - М.: Академия, 2011. - 656 с.	2011	40	
		3. История русской литературы 20 века [Текст]: учебник/ ред. В. В. Агеносов. - 2-е изд. - М.: Юрайт, 2013. - 687 с.	2013	15	
35	ПЦ.Б.3.2.2 История зарубежной литературы	1. Андреев, Л.Г. Зарубежная литература XX века [Эл. ресурс]: Учебник для вузов / Л.Г. Андреев, А.В. Карельский, Н.С. Павлов и др. - М.: Высшая школа, 2010. – 559с.	2010	1	25
		2. Богданова, Л.Ф. Античные образы в зарубежной литературе: [Эл. ресурс]: учебное			

		<p>пособие по дисциплине "История мировой литературы и искусства" для студентов вузов, обучающихся по специальности 030602(350400) "Связи с общественностью". / Л. Ф. Богданова, П. С. Медведев; ТюмГНГУ. - Тюмень: ТюмГНГУ, 2013. - 90 с.</p> <p>3. Луков, В. А. История литературы. Зарубежная литература от истоков до наших дней [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / В.А. Луков. -6-е изд. – М.: Академия, 2010. - 512 с</p>	2013	1	
			2010	30	
36	ПЦ.Б.3.2.3 Стилистика и литературное редактирование	<p>1. Голуб И.Б. Русский язык и практическая стилистика [Текст] : справочник : учебно-справочное пособие для бакалавров : учебное пособие для студентов вузов / И. Б. Голуб. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2012. - 459 с.</p> <p>2. Штрекер Н.Ю. Русский язык и культура речи [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Н. Ю. Штрекер. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2013.-351 с.</p> <p>3.Руженцева Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и ПР-текстов [Текст]: учебное пособие. – М.: Флинта:Наука, 2012 г. – 180 с.</p> <p>4. Бельчиков Ю.А. Практическая стилистика современного русского языка [Текст]: нормы употребления слов, фразеологических выражений, грамматических форм и синтаксических конструкций / Ю. А. Бельчиков; РАН. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: АСТ-Пресс Книга, 2012. - 422 с.</p>	2012	15	25
			2013	20	
			2012	10	
			2012	10	
37	ПЦ.Б.3.2.4 Текст в рекламе и связях с общественностью	<p>1. Голуб И.Б. Русский язык и практическая стилистика [Текст] : справочник : учебно-справочное пособие для бакалавров : учебное пособие для студентов вузов / И. Б. Голуб. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2012. - 459 с.</p> <p>2. Кузнецов П.А. Копирайтинг и спичрайтинг: эффективные рекламные и PR-технологии [Текст]: монография / П. А. Кузнецов. - Москва: Дашков и К°, 2013. - 259 с.</p> <p>3.Руженцева Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и ПР-текстов [Текст]: учебное пособие. – М.: Флинта:Наука, 2012 г. – 180 с.</p> <p>4. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст]: учебное пособие / В. Л. Полукаров, С. Н. Рощупкин, К. А. Кобулашвили. - М.: КноРус, 2012. - 348 с.</p>	2012	15	25
			2013	10	
			2012	10	
			2012	10	

		5. Модели анализа рекламного текста [Текст]: учебное пособие / Н. В. Аниськина, Т. Б. Кольшикина. - М.: Форум: ИНФРА-М, 2013. - 302 с.	2013	5	
38	ПЦ.Б.3.2.5 Введение в рекламу и связи с общественностью	<p>1. Мудров, А.Н. Основы рекламы [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама" / А. Н. Мудров. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Магистр, 2010. - 397 с.</p> <p>2. Толмачева, С.В. Рекламная деятельность [Текст] : учебное пособие по специальностям "Менеджмент" и "Маркетинг" / С. В. Толмачева ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2011. - 144 с.</p> <p>3. Бузни, Е.Н. История связей с общественностью [Текст]: учебное пособие / Е.Н. Бузни. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011</p> <p>4. Кривоносов, А.Д. Основы теории связей с общественностью: учебник [Текст] / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина – СПб: Питер, 2011. – 376 с.</p>	2010 2011 2011 2011	12 20 15 15	25
39	ПЦ.Б.3.2.6 Современная пресс-служба	<p>1. Теория и практика массовой информации : подготовка и создание медиатекста: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки "Связи с общественностью" / А. Г. Киселёв. - М.: Питер, 2011. – 399 с</p> <p>2. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью", для специалистов, работающих в сфере управления интегрированными коммуникациями. коммуникационного менеджмента и в области развития связей с общественностью / М. В. Гундарин. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : ФОРУМ, 2011. - 311 с.</p> <p>3. Гнетнев А.И., Филь, Современная прессслужба: учебник для вузов / А.И. Гнетнев, Филь. - Феникс, 2010.</p>	2011 2011 2010	20 6 10	25
40	ПЦ.Б.3.2.7 Телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью	1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации: для бакалавров и специалистов [Текст] учебное пособие/ Д.П. Гавра. – СПб: Питер, 2011. -288 с.	2011	15	25

		2. Цветкова, М.С. Информатика и ИКТ [Текст] : учебник для образовательных учреждений, реализующих программы среднего (полного общего образования) / М. С. Цветкова, Л. С. Великович. - М. : Академия, 2011. - 348 с.	2011	5	
		3. Ёлочкин, М.Е. Информационные технологии в профессиональной деятельности дизайнера [Текст] : учебное пособие для использования в учебном процессе образовательных учреждений, реализующих программы СПО / М. Е. Ёлочкин. - 2-е изд., стер. - М. : Академия, 2011. - 177 с.	2011	20	
	<b>ПРОФИЛЬ «МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»</b>				
41	ПЦ.Б.3.2.8 Менеджмент рекламы и связей с общественностью	1. Бондаренко, В.В.. Менеджмент организации. Введение в специальность[ Текст] : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности "Менеджмент организации" / В. В. Бондаренко, В. А. Юдина, О. Ф. Алёхина. - М. : КноРус, 2010. - 232 с.	2010	11	25
		2. Шарков, Ф.И.Паблик рилейшнз [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Международный университет бизнеса и управления. - 4-е изд. - М. : Дашков и К°, 2010. - 330 с.	2010	10	
		3. Коротков, Э.М. Менеджмент [Текст] : учебник по направлению специальности "Менеджмент" / Э. М. Коротков. - М. : Юрайт : ИД Юрайт, 2011. - 640 с.	2011	50	
		4. Поляков, В.А. Рекламный менеджмент [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению "Статистика" и другим экономическим специальностям (Бакалавр) / В. А. Поляков, А. А. Романов. - Москва : КУРС. - [Б. м.] : Инфра-М, 2012. - 351 с. -5 шт	2012	5	
		5.Ильин, А,С. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] : курс лекций / А. С. Ильин. - М. : КноРус, 2012. - 141 с. 13 шт	2012	13	
		6. Моор, С.М. Управление коммуникациями [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / С. М. Моор ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2012. - 92 с.	2012	34	
		7. Коротков, Э.М. Менеджмент [Текст] : учебник для бакалавров : по направлению и	2013	20	

		<p>специальности "Менеджмент" / Э. М. Коротков. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт. - [Б. м.] : ИД Юрайт, 2013. - 640 с.</p> <p>8. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 159 с.</p>	2014	12	
42	ПЦ.Б.3.2.9 Организация кампаний в сфере коммуникаций	<p>1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью» / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2014. – 159 с.</p> <p>2. Ильин, А.С. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] : курс лекций / А. С. Ильин. – М. : КноРус, 2012. – 141 с.</p> <p>3. Основы теории связей с общественностью [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. – М. [и др.] : Питер, 2012. – 376 с.</p> <p>4. Шарков, Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»/ Ф. И. Шарков; Международная академия бизнеса и управления, Институт современных коммуникационных систем и технологий. – 4-е изд. – М. : Дашков и К°, 2012. – 348 с.</p> <p>5. Моор, С.М. Управление коммуникациями [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью»/ С.М. Моор; ТюмГНГУ. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2012. – 92 с.</p>	2014	12	25
			2012	13	
			2012	15	
			2012	10	
			2012	30	
43	ПЦ.Б.3.2.10 Консалтинг в рекламе и связях с общественностью	<p>1. Шарков, Ф.И. Паблик рилейшнз [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Международный университет бизнеса и управления. - 4-е изд. - М. : Дашков и К°, 2010. - 330 с.</p> <p>2. Синяева, И.М. Паблик рилейшнз [Текст]: толковый словарь / И. М. Синяева. - М. : Дашков и К°, 2010. - 200 с.</p>	2010	10	25
			2010	10	

		3. PR в сфере коммерции [Текст]: учебник для студентов вузов/ под ред. И. М. Синяевой. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. - 298 с.	2011	5	
<i>ПЦБ.3.2. в ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ СТУДЕНТА</i>					
44	ПЦБ.3.2 в1 Реклама и связи с общественностью в социально-культурной сфере или бизнес - коммуникации	<p>1. Мудров, А.Н. Основы рекламы [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама" / А. Н. Мудров. - 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Магистр, 2010. – 397 с.</p> <p>2. Шарков, Ф.И. Паблик рилейшнз [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / Ф.И. Шарков; Международный университет бизнеса и управления. – 4-е изд. – М. : Дашков и К°, 2010. – 330 с.</p> <p>3. Чумиков, А.Н. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры [Текст] / А.Н. Чумиков. – М.: Высшее образование, Юрайт-Издат, 2009. – 721 с.</p> <p>4. Ильин, А.С. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] : курс лекций / А. С. Ильин. - М. : КноРус, 2012. - 141 с.</p> <p>5. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 159 с.</p> <hr/> <p>1. Маркетинговые коммуникации [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям "Маркетинг", "Реклама и связи с общественностью", "Менеджмент" / Н. В. Карпова [и др.]. - Старый Оскол : ТНТ, 2012. - 255 с..</p> <p>2. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации: для бакалавров и специалистов [Текст]: учебное пособие/ Д.П. Гавра. – СПб: Питер, 2011. -288 с.</p> <p>3. Моор, С.М. Управление коммуникациями [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / С. М. Моор ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2012. - 92 с.</p> <p>4. Мандель, Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации [Текст] : учебное пособие / Б. Р. Мандель. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2012.-204 с.</p>	2010	30	25
			2010	27	
			2010	16	
			2012	13	
			2014	12	
			2012	10	
			2011	15	
			2012	30	
			2012	5	

45	ПЦ.Б.3.2 в2 Реклама и связи с общественностью в бизнесе или реклама и связи с общественностью в банковской сфере	<p>1. Мудров, А.Н. Основы рекламы [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама»/ А. Н. Мудров. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Магистр, 2010. – 397 с.</p> <p>2. Толмачева, С.В. Рекламная деятельность [Текст]: учебное пособие по специальностям «Менеджмент» и «Маркетинг» / С. В. Толмачева; ТюмГНГУ. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2011. – 144 с.</p> <p>3. Кривоносов, А.Д. Основы теории связей с общественностью: учебник [Текст]/ А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина – СПб: Питер, 2011. – 376 с.</p> <p>4. Шарков, Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»/ Ф. И. Шарков; Международная академия бизнеса и управления, Институт современных коммуникационных систем и технологий. – 4-е изд. – М. : Дашков и К°, 2012. – 348 с.</p> <hr/> <p>1. Тультаев, Т.А. Маркетинг услуг [Текст]: учебник для студентов вузов / Т. А. Тультаев. - Москва : ИНФРА-М, 2013.</p> <p>2. Мудров, А.Н. Основы рекламы [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама»/ А. Н. Мудров. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Магистр, 2010. – 397 с.</p> <p>3. Толмачева, С.В. Рекламная деятельность [Текст]: учебное пособие по специальностям «Менеджмент» и «Маркетинг» / С. В. Толмачева; ТюмГНГУ. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2011. – 144 с.</p> <p>4. Бузни, Е.Н. История связей с общественностью [Текст]: учебное пособие/ Е.Н. Бузни. – М.: Вузский учебник: ИНФРА-М, 2011</p>	2010  2011  2011  2012  2013  2010  2011  2011	12  20  15  10  5  12  20  15	25
46	ПЦ.Б.3.2 в3 Реклама и связи с общественностью в сфере избирательных технологий и политике	<p>1. Василенко, И.А. Политология [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Политология" / И. А. Василенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт: Высшее образование, 2010. - 398 с.</p>	2010	31	25

	или социальная реклама	<p>2. Кравченко, А.И. Политология [Текст]: учебник / А. И. Кравченко; МГУ им. М. В. Ломоносова. - М.: Проспект, 2011. - 448 с.</p> <p>3. Шарков, Ф.И. Паблик рилейшнз [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков; Международный университет бизнеса и управления. - 4-е изд. - М.: Дашков и К°, 2010. - 330 с.</p> <hr/> <p>1. Ильин А.С. Реклама в коммуникационном процессе [Текст]: курс лекций / А. С. Ильин. - М.: КноРус, 2012. - 141 с.</p> <p>2. Мудров, А.Н. Основы рекламы [Текст] : учебник для студентов вузов / А. Н. Мудров. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, 2010. - 397 с.</p> <p>3. Толмачева, С.В. Рекламная деятельность [Текст] : учебное пособие по специальностям "Менеджмент" и "Маркетинг" / С. В. Толмачева ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2011. - 144 с.</p> <p>4. Кривоносов, А.Д. Основы теории связей с общественностью. Допущено УМО вузов РФ в качестве учебника для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Связи с общественностью» [Текст]: учебник для вузов / А.Д. Кривоносов. – СПб: Питер, 2011. – 288 с.</p>	2011	30	
			2010	41	
			2012	15	
			2010	12	
			2011	20	
			2011	15	
47	ПЦ.Б.3.2 в4 Реклама и связи с общественностью в государственных структурах или коммерческая реклама	<p>1. Толмачева С.В. Рекламная деятельность [Текст] : учебное пособие по специальностям "Менеджмент" и "Маркетинг" / С. В. Толмачева ; ТюмГНГУ. - Тюмень: ТюмГНГУ, - 156с.</p> <p>2. Мельникова Л.А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных компаний [Текст] / Н. А. Мельникова. - 2-е изд. - М. : Дашков и К°, 2012. - 180 с.</p> <p>3. Толмачева С.В. Маркетинговые коммуникации [Текст]: учебник по специальностям "Менеджмент" и "Маркетинг" / С. В. Толмачева, Е. Б. Шарова ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2011. - 240 с.</p> <p>4. Реклама в коммуникационном процессе [Текст]: методические указания к практическим занятиям для студентов специальности 030602 "Связи с общественностью"</p>	2011	20	25
			2012	15	
			2011	25	
			2011	25	

		<p>очной и заочной форм обучения / ТюмГНГУ ; сост.: П. С. Медведев, Н. С. Чекан ; ред. Г. И. Герасимова. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2011. - 20 с.</p> <hr/> <p>1. Мудров, А.Н. Основы рекламы [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама" / А. Н. Мудров. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Магистр, 2010. - 397 с.</p> <p>2. Толмачева, С.В. Рекламная деятельность [Текст] : учебное пособие по специальностям "Менеджмент" и "Маркетинг" / С. В. Толмачева ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2011. - 144 с.</p> <p>3. . Ильин, А.С.Реклама в коммуникационном процессе [Текст] : курс лекций / А. С. Ильин. - М. : КноРус, 2012. - 141 с.</p>	2010	12	
			2011	20	
			2012	13	
48	<p>ПЦ.Б.3.2 в5 Реклама и связи с общественностью в нефтегазовой отрасли или антикризисные связи с общественностью</p>	<p>1.Толмачева, С.В. Рекламная деятельность [Текст] : учебное пособие по специальностям "Менеджмент" и "Маркетинг"/ С. В. Толмачева ; ТюмГНГУ. -Тюмень: ТюмГНГУ, -156 с.</p> <p>2. Мельникова, Л.А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных компаний [Текст] / Н. А. Мельникова. - 2-е изд. - М. : Дашков и К°, 2012. - 180 с.</p> <p>3. Толмачева, С.В. Маркетинговые коммуникации [Текст] : учебник по специальностям "Менеджмент" и "Маркетинг" / С. В. Толмачева, Е. Б. Шарова ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2011. - 240 с.</p> <p>4. Карпов, В.П.Курс истории отечественной нефтяной и газовой промышленности [Текст]: учебное пособие по дисциплине "История" для студентов вузов неисторических направлений подготовки / В. П. Карпов, Н. Ю. Гаврилова ; ТюмГНГУ. - Тюмень: ТюмГНГУ, 2011. - 244 с.</p> <p>5. Симонова, И.Ф. Управление кадровыми рисками нефтегазодобывающего предприятия [Текст] = Management of personal risks of the oil and extraction enterprise : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки магистров 131000 "Нефтегазовое дело" / И. Ф. Симонова, М. А. Бетилгириев, Л. М. Идигова ; дар. РГУ нефти и газа им. И.М.Губкина.-М.:РГУ нефти и газа им.И.М.Губкина,2011.-204с.</p> <hr/>	2011	20	25
			2012	15	
			2011	25	
			2011	12	
			2011	20	

		<p>1. Бузни, Е.Н. История связей с общественностью [Текст]: учебное пособие / Е.Н. Бузни. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011</p> <p>2. Кривоносов, А.Д. Основы теории связей с общественностью: учебник [Текст] / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина – СПб: Питер, 2011. – 376 с.</p> <p>3. Антикризисное управление [Текст]: учебник/ А. А. Беляев, Э. М. Коротков. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 311 с.</p> <p>4. PR в сфере коммерции [Текст]: учебник для студентов вузов/ под ред. И. М. Синяевой. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. - 298 с.</p>	2011	15	
			2011	15	
			2013	10	
			2013	5	
49	ПЦ.Б.3.2. в6 Бренд-менеджмент или брендинг территорий	<p>1.Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью» / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2014. – 159 с.</p> <p>2. Бренддинг [Текст]: учебник для бакалавров : для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью» / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. - Москва : Юрайт, 2013. – 331 с.</p> <p>3. Бренддинг [Текст] : учебно-практическое пособие / Е. И. Мазилкина. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2012. - 223 с.</p> <p>4. Ильин, А.С. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] : курс лекций / А. С. Ильин. – М. : КноРус, 2012. - 141 с.</p> <p>5. Связи с общественностью [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. – М. [и др.] : Питер, 2012. – 376 с.</p> <hr/> <p>1.Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью» / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2014. – 159 с.</p> <p>2. 2. Бренддинг [Текст]: учебник для бакалавров : для студентов вузов, обучающихся по</p>	2014	12	25
			2013	11	
			2012	10	
			2012	13	
			2012	15	
			2014	12	
			2013	11	

		<p>направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью» / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. - Москва : Юрайт, 2013. – 331 с.</p> <p>3. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью» / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - 2-е изд. - Москва : ИНФРА-М, 2013. - 329 с.</p> <p>4. Брендинг [Текст] : учебно-практическое пособие / Е. И. Мазилкина. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2012. - 223 с.</p> <p>5. Основы теории связей с общественностью [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. – М. [и др.]: Питер, 2012. – 376 с.</p>	2013	11	
			2012	10	
			2012	15	
50	ПЦ.Б.3.2 в7 Информационно-аналитическая работа в рекламе и связях с общественностью или проектирование в рекламе и связях с общественностью	<p>1. Венделева, М.А. Информационные технологии управления [Текст]: учебное пособие / М.А. Венделева, Ю.В. Вертакова – М.: Юрайт, 2011.</p> <p>2. Герасимова, Г.И. Методология и методы исследования в связях с общественностью: [электронный ресурс]: учебное пособие / Г.И. Герасимова Г.И. – Изд. 2-е. Дopusчено УМО РФ по образованию в области международных отношений в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Связи с общественностью». Тюмень, ТюмГНГУ, 2013. – 104 с. эл. опт. диск (CD-ROM)</p> <p>3. Ильин, А.С. Реклама в коммуникационном процессе [Текст]: курс лекций / А. С. Ильин. - М.: КноРус, 2012. - 141 с.</p> <hr/> <p>1. Управление проектами [Текст]: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Менеджмент организации» / И. И. Мазур [и др.]; под общ. ред.: И. И. Мазура, В. Д. Шапиро. - 10-е изд. – Москва: Омега-Л, 2014. - 959 с.</p> <p>2. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник для бакалавров / А. И. Базилевич [и др.]; под ред.: В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. – Москва: Проспект, 2013. - 422 с.</p> <p>3. Социология управления [Текст] : учебник для бакалавров : для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» / В. И. Башмаков [и др.] ; под ред.: В. И. Башмакова, В. Н. Князева, Р. В. Ленькова ; Государственный</p>	2011	27	25
			2013	15	
			2012	13	
			2014	10	
			2013	30	
			2013	10	

		<p>Университет Управления. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2013. - 360 с.</p> <p>4. Реклама и связи с общественностью [Текст] : учебник для бакалавров: для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, Д. А. Жильцов; Финансовый университет при правительстве РФ. – Москва: Юрайт, 2013. – 552 с.</p> <p>5. Управление коммуникациями [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью»/ С.М. Моор; ТюмГНГУ. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2012. – 92 с.</p>	2013	10	
			2012	30	
51	ПЦ.Б.3.2 в8 Реклама и связи с общественностью в интернете или технологии рекламы и связей с общественностью	<p>1. Скотт, Д.М. Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем [Текст] = The new rules of marketing and PR / Д. М. Скотт. - 2-е изд. - М. : Альпина Паблишерз, 2011. - 350 с.</p> <p>2. Кузнецов, П.А. Копирайтинг &amp; спичрайтинг : эффективные рекламные и PR-технологии [Текст] : монография / П. А. Кузнецов. - Москва : Дашков и К°, 2013. - 259 с.</p> <p>3. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 100700 "Торговое дело" / В. П. Тихомиров [и др.] ; ред. Л. А. Данченко ; ТюмГНГУ. - М. [и др.] : Питер, 2013. - 288 с.</p> <p>4. Толмачева, С.В. Рекламная деятельность [Текст] : учебное пособие по специальностям "Менеджмент" и "Маркетинг" / С. В. Толмачева ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2011. - 144 с.</p> <hr/> <p>1. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью» / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2014. – 159 с.</p> <p>2. Реклама и связи с общественностью [Текст]: учебник для бакалавров: для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, Д. А. Жильцов ; Финансовый университет при правительстве Российской Федерации. – Москва : Юрайт, 2013. – 552 с.</p>	2011	5	25
			2013	10	
			2013	5	
			2011	20	
			2014	12	
			2013	10	

		3. Связи с общественностью: происхождение и ранняя история [Текст]: учебное пособие / Г. И. Герасимова. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2013. – 68 с	2013	25	
		4. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] : курс лекций / А. С. Ильин. – М. : КноРус, 2012. – 141 с.	2012	13	
		5. Основы теории связей с общественностью [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. – М. [и др.]: Питер, 2012. – 376 с.	2012	15	
52	Б.4. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА	1. Драгич О.А. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов технических вузов: учебное пособие / О.А.Драгич, В.Я.Субботин, А.Л.Плосков, Л.Р.Полтавская. Тюмень: ТюмГНГУ, 2014. – 130 с.	2014	30	25
		2. Евсеев Ю.И. Физическая культура: учебное пособие. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2011. - 444 с.	2011	30	
		3. Горелов А.А. Концепции современного естествознания: учебное пособие по дисциплине "Концепции современного естествознания" для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным и социально-экономическим специальностям . - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт: ИД Юрайт, 2011.- 345с.	2011	70	
		4. Кобяков Ю.П. Физическая культура. Основы здорового образа жизни: учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2012.-252 с.	2012	30	
		5. Теплов В.И. Физиология питания: учебное пособие / В.И. Теплов, В.Е.Боряев. - 2-е изд. - М.: Дашков и К°, 2010. - 452 с.	2010	30	
	<i>ФАКУЛЬТАТИВЫ</i>				
53	Ф.01 Информационно-библиотечная культура	1. ГОСТ 7.1-2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления.- Взамен ГОСТ 7.1-84, ГОСТ 7.16-79, ГОСТ 7.18-79, ГОСТ 7.34-81, ГОСТ 7.40-82. - Введ. 2004–07–01.- Москва : ИПК Изд-во стандартов, 2004. – 170 с.	2004	1	25
		1.Информационно-библиотечная культура [Электронный ресурс] : учебно-методическое	2014	1	

		<p>пособие / сост.: В. П. Володина, М. В. Пархоменко; Библиотечно-издательский комплекс. – 2-изд. доп. - Тюмень: ТюмГНГУ, 2014. – 116 с.</p> <p>2. ГОСТ Р 7.0.12-2011. Библиографическая запись. Сокращение слов словосочетаний на русском языке. [Электронный ресурс]: Общие требования и правила. - Введ. 2012–09–01. – Москва : Изд-во стандартов, 2011.</p>	2011	1	
54	Ф.02 Деловой иностранный язык	<p>1. Богацкий И.С. Дюканова Н.М. Бизнес-курс английского языка. Москва,2011</p> <p>2. Бизнес курс немецкого языка. Словарь-справочник Н.Ф.Бориско Киев,2009. – 352с.</p> <p>3. Wirtschaftsdeutsch. Markt, Unternehmenschaft, Handel Деловой немецкий язык. Рынок, предпринимательство, торговля.Р.С. Музалевская, Лыгина Н.И Н.Г. Чернышева, / М., 2011. – 352с.</p>	2011 2009 2011	100 50 10	25
55	Ф.03 Адаптация на рынке труда	<p>1.Трудовое право России (текстовые задания) [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н. Р. Насырова ; ТюмГНГУ. - Электрон. текстовые дан. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2010.</p> <p>2.Карпова А. Г., Схиртладзе, В. П., Борискин. Экономика и социология труда: теория и практика [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Конструкторско-технологическое обеспечение машиностроительных производств"/Н.В. Карпова, А. Г. Схиртладзе, В. П. Борискин. - Старый Оскол: ТНТ, 2012. - 138 с.</p> <p>3. Управление подготовкой и трудоустройством выпускников вузов нефтегазовой отрасли [Текст] = Management of preparation and employment of graduates of high schools of oil and gas branch : учебное пособие / И. Ф. Симонова, С. Л. Идигов ; дар. РГУ нефти и газа им. И. М. Губкина. - М.: РГУ нефти и газа им. И. М. Губкина, 2011. - 133 с.</p> <p>4. изучению дисциплины для бакалавров всех направлений очной и заочной форм обучения / ТюмГНГУ ; сост. М. В. Кинчагулова ; ред. М. Л. Белоножко. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2012. - 28 с.</p>	2010 2012 2011 2012	35 10 29 10	25

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова

(подпись)

Заведующий кафедрой:  М.Л. Белоножко

(подпись)

## Сведения о монографиях по ООП 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» за период 2010-2014 гг.

№	Год	Автор(ы)	Название работы	Тираж, ед	Объем, п.л.	Издательство
1	2	3	4	5	6	7
1	2010	Фомичев И.Ю., Осипов Ю.М., Кара-Мурза С.Г. и коллектив авторов	Теоретико-методологические аспекты социального развития организации. – В коллективной монографии: Перестроение России: социум, политика, экономика. Монография по итогам 5-го малого университетского форума МГУ	150	22,4	Москва – Волгоград, 2010
2	2011	Силин А. Н., Акимов М.Ю., Ларченко И.Н., Майер В.В.и Моложавен- ко В.Л.	Университетский комплекс: инновационные технологии обеспечения качества профессионального образования	100	12,75	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
3	2011	Фомичев И. Ю.	Инновации как фактор управления.	500	5,35	Павлодар: Павлодарский государственный педагогический институт, 2011
4	2011	Сединкин М. А., Т.С. Григорьева, Я.В. Ялина	Основы работы в сети Интернет. Базовый уровень	100	9	Тюмень: ГАОУ ТО РИО- Центр, 2011
5	2011	Баикина Ю.О.	Семья в социогенеалогическом и ценностно-символическом измерениях	100	11	Тюмень – ТАОУ ВПО ТО №ТГАМЭУП
6	2011	Герасимова, Г. И.	Социологический анализ связей с общественностью как управленческой деятельности	500	12	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
7	2011	Демьянова, М. В.	Механизм реализации муниципальных интересов	300	10	Тюмень, РИЦ ТГАКИиСТ

8	2012	Демьянова, М. В., Н. В. Обухович, И. А. Боровинская, Е. Н. Бырдин	Государственно-частное партнерство в сфере культуры и искусства как модель профилактики молодежной безработицы Тюменской области	300	7,25	Тюмень : Изд-во РИЦ ТГАКИиСТ
9	2012	Ширяева И.Ю.	Психологические основы расточительности и бережливости в юношестве	500	6	Lambert Academic Publishing
10	2012	Фомичев И. Ю., Ю.М.Осипов и коллектив авторов	Интеллект и мораль. – В коллективной монографии: XXI век: интеллект-революция	300	21,6	М.; Киев: Издательско-информационный центр Национального университета государственной налоговой службы Украины, 2012
11	2012	Попкова А. А., Костко Н. А.	Опыт исследования социальной активности молодежных общественных объединений и молодежных сообществ.	100	8,25	Тюмень: Печатник
12	2012	Майер В.В.	Конкурентоспособность специалиста – основное условие востребованности его на рынке труда	500	13,8	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
13	2013	Чупашева Е.В.	Социологический анализ компетенций менеджеров северных предприятий с вахтовой организацией труда	500	12,5	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
14	2013	Ткачева Н.А., Белоножко М.Л.	Миграционная политика и безопасность личности, общества и государства	500	14,25	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова

(подпись)

Заведующий кафедрой:  М.Л. Белоножко

(подпись)

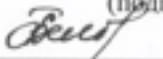
**Сведения об учебниках и учебных пособиях по ООП (направления 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»),  
изданных за период 2010-2014 гг.**

№	Год издания	Автор (ы)	Название работы	Вид	Гриф	Тираж, ед.	Объем, п.л.	Издатель
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	2010	Белоножка М.Л., Абрамовский А.Л.	Основы маркетинга	Эл.УП	Гриф УМО в области менеджмента №252/31 от 24.06.2010	100	12	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
2	2011	Осипова Л.Б., Ситева С.С., Шатилович Н.В.	Менеджмент: основы теории и деловой практикum.	УП	Гриф УМО в области менеджмента № 431/31 от 29.11.11	100	17,75	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
3	2011	Толмачёва С.В., Шарова Е.Б.	Маркетинговые коммуникации	У	Гриф УМО в области менеджмента 17.01.2011№7/31	500	15	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
4	2011	Толмачёва С.В.	Рекламная деятельность	УП	Гриф УМО в области менеджмента № 69/31 от 25 марта 2010	500	9	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
5	2011	Толмачева С.В.	Рекламная деятельность	УП	СУМО	500	9,0	Тюмень: ТюмГНГУ Изд-во
6	2011	Толмачева С.В., Шарова Е.Б.,	Маркетинговые коммуникации	У	СУМО	500	15,0	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ

7	2012	Дремлюга С.А., Чупашева Е.В.	Основы маркетинга	УП		110	5,25	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
8	2012	Моор. С.М.	Управление коммуникациями	УП	УМО	30	5,8	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
9	2012	Белоножко М.Л., Колтунова Ю.И.,	Конкуренция и конкурентоспособность	УП	Гриф УМО в области менеджмента № 432/31 от 29.11.11	100	16	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
10	2013	Герасимова Г.И.	Связи с общественностью: происхождение и ранняя история			100	5,7	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
11	2013	Осипова Л.Б, Ситева С.С.	Корпоративная социальная ответственность	УП	Гриф УМО в области менеджмента № 144/28-2 от 22.05.13	500	11,7	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
12	2013	Силин А.Н.	Стратегия управления северным предприятием	УП		110	5	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
13	2013	Белоножко М.Л., Силин А.Н., Ткачева Н.А.	Научные и научно-методические труды сотрудников кафедры маркетинга и муниципального управления за 1994-2013 годы.	УП	На грифовании	110	5	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
14	2014	Силин А.Н. Ткаченко В.В.	Исследования социально- экономических процессов	УП	Гриф УМО в области менеджмента № 84 28/2 от 12.05.14	100	12	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ

15	2014	Силин А.Н., Комаров О.Е.	Деловые коммуникации в управлении	УП		110	8	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
16	2014	Силин А.Н., Комаров О.Е.	Социология менеджмента	УП		110	8	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
17	2014	Шилова Н.Н.	Управление качеством		На грифовании	110	10	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
18	2014	Ткачева Н.А.	Управление конфликтами	УП	На грифовании	110	12	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ
19	2014	Белоножко М.Л. Силин А.Н.	Социологические исследования в механизме принятия управленческих решений	УП		110	12	Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова  
(подпись)

Заведующий кафедрой:  М.Л. Белоножко  
(подпись)

## Научные направления (школы) по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» за период 2011-2014 гг.

№	Название научного направления (школы)	Код	Ф.И.О. ведущих ученых в данной отрасли	Количество защищенных диссертаций по данному научному направлению штатными ППС за последние 4 года		Количество изданных штатными ППС монографий за последние 5 лет по данному научному направлению	в журналах, рекомендованных ВАК за последние 5 лет по данному научному направлению	Количество патентов, выданных на разработки за последние 5 лет по данному научному направлению
				докторских	кандидатских			
1	Социально-экономический анализ формирования связей с общественностью как социального института	22.00.04	Герасимова Г.И., Демьянова М.В. Чупашева Е.В., Жилина А.А.	-	1 (Чупашева Е.В., 2011)	1	12	0
2	Формирование ценностных ориентаций молодежи средствами рекламы и связей с общественностью	22.00.06	Ширяева И.Ю., Чекан Н.С.	-	-	1	1	0
3	Глобальные тенденции модификации технологий социальной коммуникаций	22.00.04	Герасимова Г.И., Моор С.М., Медведев П.С.	-	-	3	12	0
4	Современные проблемы управления человеческими ресурсами	22.00.08	Силин А.Н., Фомичев И.Ю., Антипина Н.Л., Шатилович Н.В., Устинова О.В., Лихачева И.А., Легостаева И.В.	-	2 (Шлык К.Ю., Чупашева Е.В.)	6	15	0
5	Социальное управление развитием региона	22.00.08	Костко Н.А., Киричук С.М., Попкова А.А., Скифская А.Л., Самборецкий И.С., Ережепов А.О.	-	3 (Пезин Д.А., Кирсанов К.В., Колунин В.М.)	8	15	0
6	Совершенствование системы российского	22.00.06	Белоножко М.Л., Майер В.В., Кабеева	-	1 (Гарабажий В.А.)	4	14	0

	высшего образования		Н.В., Осипова Л.Б., Ребышева Л.В., Шарова Е.Б., Абрамовский А.Л., Кульчицкая Т.А.,					
7	Ценностные ориентации молодежи	22.00.06	Толмачева С.В., д.с.н., Баикина Ю.О., Гарабажий В.А., Колтунов А.Л., Пивоварова И.В., Дмитриев А.С.	-	4 (Пивоварова И.В.; Колтунов Д.А., Титова Е.С., Васильченко Е.В.)	1	7	0
8	Региональная политика и безопасность	22.00.05	Ткачева Н.А., Конев Ю.М., Шестаков С.А., Насырова Н.Р., Гайдучок О.Я., Калинина А.В., Сероус А.А., Гегедивш И.П.	1 (Ткачева Н.А.)	-	5	13	0

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова

Заведующий кафедрой:  М.Л. Белоножко  
(подпись)

## Сведения по научно-исследовательским работам за период 2011-2014 гг.

№	Год	ФИО руководителя	Название темы	Вид исследований	Источник финансирования	Объем финансирования (тыс. руб.)	Научно- исследовательская программа, в рамках которой выполняется тема
1	2	3	4	5	6	7	8
1	2009- 2011	Белоножко М.Л.	Совершенствование системы качества высшего профессионального образования как обязательного критерия интегрирования российской высшей школы в мировое образовательное пространство (2.2.2.1/9886)	фундаментальное	Минобрнауки РФ	800,0 1881,3 1881,3	АВЦП «Развитие научного потенциала высшей школы (2009-2011 гг.)»
2	2009	Силин А.Н.	Разработка стандарта организации "Вахтовый метод организации труда в условиях Крайнего Севера (СТО Ямбурггаздобыча) (07-37 АИО)	прикладное	ООО «Ямбурггаздобыча»	920,0	
3	2010	Силин А.Н.	Инновационные технологии интеграции северных округов и юга Тюменской области как фактор повышения	прикладное	АНО «Губернская академия»	280,0	Грант Губернатора Тюменской области

			уровня и качества жизни населения (47-10)				
4	2011	Силин А.Н.	Регулирование социальных процессов на предприятиях российской Арктики и Субарктики (11-03-00647)	фундаментальное	РГНФ	300,0	Грант Российского гуманитарного научного фонда
5	2012	Голубничий Н.А.	Сравнительный анализ влияния культурных и межкультурных особенностей в процессе инновационной деятельности российских и немецких топливно-энергетических компаний (10.125.2011)	фундаментальное	Минобрнауки РФ	215,0	Государственное задание Минобрнауки РФ вузу на проведение в 2012 году научных исследований по тематическому плану
6	2012-2013	Белоножко М.Л. (Барбаков О.М.)	НИР по теме: «Изучение общественного мнения по вопросам социально-экономического развития села»(33-12)	прикладное	ГАУ ТО «Информационно-аналитический центр Тюменской области»	1305,0	

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова

(подпись)

Заведующий кафедрой:  М.Л. Белоножко

(подпись)

## Материально-техническая база по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических, лабораторных занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
1	2	3	4
1	Русский язык и культура речи	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 458
2	Иностранный язык	Лабораторная аудитория Плеер DVDSAMSUNG DVD V7600K Телевизор SAMSUNG WS-32Z31HSQ	ул. Республики, 49/3, ауд. 456
3	Отечественная история	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S Телевизор SAMSUNG WS-32Z31HSQ Плеер DVDSAMSUNG DVD V7600K	ул. Республики, 49/3, ауд. 458
4	Культурология	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S Телевизор SAMSUNG WS-32Z31HSQ	ул. Республики, 49/3, ауд. 452 «б»
5	Психология	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 361
6	Социология	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд.451
7	Философия	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 452 «а»
8	Экономика	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200	ул. Республики, 49/3, ауд. 452 «б»

		Экран на штативе Professional Natte White S	
9	Правовые основы рекламы и связей с общественностью	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 458
10	Политология	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 451
11	Педагогика	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S Телевизор SAMSUNG WS-32Z31HSQ Плеер DVDSAMSUNG DVD V7600K	ул. Республики, 49/3, ауд. 361
12	Конфликтология средств массовой коммуникации	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 451
13	Предпринимательство	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 452 «б»
14	Логика	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 452 «а»
15	Основы социального государства	Мультимедийная аудитория Комплект встроенного мультимедийного оборудования Epson	ул. Республики, 49/3, ауд. 265
16	Риторика	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 452 «а»
17	Современный русский язык	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 458
18	Делопроизводство в рекламе и связях с общественностью	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 458

19	Имиджелогия	Лекционная аудитория, фото-студия. Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S Видеокамера Sony CCD-TR 425 Видеокамера Sony DCR-HC96E Цифровая фотокамера Panasonic DMC-FZ7EE-K Цифровой дубликатор Duplo DP-203/203 A Плеер DVDSAMSUNG DVD V7600K Телевизор SAMSUNG WS-32Z31HSQ	ул. Республики, 49/3, ауд. 451, ауд. 374 «б».
20	Политическая коммуникативистика	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 458
21	Математика и статистика	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 458
22	Компьютерные технологии и информатика	Компьютерная лаборатория Персональный компьютер Samsung – 15 шт.	ул. Республики, 49/3, ауд. 380
23	Основы интернет-технологий	Компьютерная лаборатория Персональный компьютер Samsung – 15 шт.	ул. Республики, 49/3, ауд. 380
24	Основы теории коммуникации	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 452 «а»
25	Социология массовых коммуникаций	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S Плеер DVDSAMSUNG DVD V7600K Телевизор SAMSUNG WS-32Z31HSQ	ул. Республики, 49/3, ауд. 452 «а»
26	Психология массовых коммуникаций	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 452 «а»
27	Теория и практика массовой информации	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 451
28	Основы рекламы и связей с	Мультимедийная аудитория, фото-студия	ул. Республики, 49/3, ауд. 268, ауд.

	общественностью	Комплект встроенного мультимедийного оборудования Epson Видеокамера Sony CCD-TR 425 Видеокамера Sony DCR-HC96E Цифровая фотокамера Panasonic DMC-FZ7EE-K Цифровой дубликатор Duplo DP-203/203 A Плеер DVDSAMSUNG DVD V7600K Телевизор SAMSUNG WS-32Z31HSQ	374 «б».
29	Основы менеджмента	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 452 «а»
30	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 452 «б»
31	Основы маркетинга	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 458
32	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Мультимедийная аудитория Комплект встроенного мультимедийного оборудования Epson	ул. Республики, 49/3, ауд. 268
33	Безопасность жизнедеятельности	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 452 «б»
34	История отечественной литературы	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 458
35	История зарубежной литературы	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 458
36	Стилистика и литературное редактирование	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 452 «а»
37	Текст в рекламе и связях с общественностью	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 452 «а»

38	Введение в рекламу и связи с общественностью	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S Телевизор SAMSUNG WS-32Z31HSQ Плеер DVDSAMSUNG DVD V7600K	ул. Республики, 49/3, ауд. 361
39	Современная пресс-служба	Мультимедийная аудитория Комплект встроенного мультимедийного оборудования Epson	ул. Республики, 49/3, ауд. 268
40	Телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью	Компьютерная лаборатория Персональный компьютер Samsung – 15 шт.	ул. Республики, 49/3, ауд. 380
41	Менеджмент рекламы и связей с общественностью	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 452 «а»
42	Организация кампаний в сфере коммуникаций	Лекционная аудитория, фото-студия Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S Видеокамера Sony CCD-TR 425 Видеокамера Sony DCR-HC96E Цифровая фотокамера Panasonic DMC-FZ7EE-K Цифровой дупликатор Duplo DP-203/203 A	ул. Республики, 49/3, ауд. 451, ауд. 374 «б»
43	Консалтинг в рекламе и связях с общественностью	Мультимедийная аудитория, фото-студия Комплект встроенного мультимедийного оборудования Epson Видеокамера Sony CCD-TR 425 Видеокамера Sony DCR-HC96E Цифровая фотокамера Panasonic DMC-FZ7EE-K	ул. Республики, 49/3, ауд. 268, ауд. 374 «б»
44	Реклама и связи с общественностью в социально-культурной сфере	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 452 «б»
45	Реклама и связи с общественностью в бизнесе	Лекционная аудитория, фото-студия Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S Видеокамера Sony CCD-TR 425 Видеокамера Sony DCR-HC96E Цифровая фотокамера Panasonic DMC-FZ7EE-K Цифровой дупликатор Duplo DP-203/203 A Плеер DVDSAMSUNG DVD V7600K Телевизор SAMSUNG WS-32Z31HSQ	ул. Республики, 49/3, ауд. 452 «б», ауд. 374 «б»

46	Реклама и связи с общественностью в сфере избирательных технологий и политике	Мультимедийная аудитория Комплект встроенного мультимедийного оборудования Epson	ул. Республики, 49/3, ауд. 268
47	Реклама и связи с общественностью в государственных структурах	Мультимедийная аудитория Комплект встроенного мультимедийного оборудования Epson	ул. Республики, 49/3, ауд. 268
48	Реклама и связи с общественностью в нефтегазовой отрасли	Лекционная аудитория Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S	ул. Республики, 49/3, ауд. 452 «б»
49	Бренд-менеджмент	Лекционная аудитория, фото-студия Проектор Epson EMP-765 Ноутбук ASUS A 6M Sempron 3200 Экран на штативе Professional Natte White S Видеокамера Sony CCD-TR 425 Видеокамера Sony DCR-HC96E Цифровая фотокамера Panasonic DMC-FZ7EE-K Цифровой дубликатор Duplo DP-203/203 A Плеер DVDSAMSUNG DVD V7600K Телевизор SAMSUNG WS-32Z31HSQ	ул. Республики, 49/3, ауд. 451, ауд. 374 «б»
50	Информационно-аналитическая работа в рекламе и связях с общественностью	Мультимедийная аудитория Комплект встроенного мультимедийного оборудования Epson	ул. Республики, 49/3, ауд. 268
51	Реклама и связи с общественностью в интернете	Компьютерная лаборатория Персональный компьютер Samsung – 15 шт.	ул. Республики, 49/3, ауд. 380

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова

Заведующий кафедрой:  М.Л. Белоножко  
(подпись)

**Основные достижения кафедры при реализации ООП 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» за период с 2011 по 2014 гг.**

На кафедре защищена 1 кандидатская диссертация (Е.В. Чупашева, 2011), готовится к защите 1 докторская диссертация (Г.И. Герасимова), в докторантуре обучается Н.А. Голиков.

Выпущено 3 монографии, 2 учебных пособия с грифом УМО, 48 методических указаний, готовится к изданию коллективная монография.

Результаты внутривузовского тестирования в системе «Эдукон» показывают высокий уровень освоения дисциплин профессионального цикла (72 %).

Повышены количественные показатели научно исследовательской работы со студентами. В период с 2009 год по 2013 год в областных и межвузовских, всероссийских конференциях участвовало 152 студента. По результатам работ за отчетный период опубликовано 121 статьей. В рецензируемых журналах преподавателями кафедры опубликовано 33 статьи.

Все преподаватели кафедры в соответствии с программой повышения квалификации регулярно проходят стажировки, повышают квалификацию на курсах и семинарах.

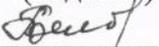
ПНС кафедры участвуют в российских грантовых программах. В период с 2009 по 2013 г было сделано 5 заявок

Содержание и качество подготовки обучающихся соответствует требованиям государственного образовательного стандарта; имеются достаточные условия для реализации профессиональной образовательной программы ООП 031600.62 «Реклама и связи с общественностью».

Обеспечены достаточные условия реализации профессиональной образовательной программы. Кадровое, информационное и материально-техническое обеспечение образовательного процесса позволяет продолжить реализацию основной образовательной программы подготовки дипломированного специалиста по ООП 031600.62 «Реклама и связи с общественностью».

Председатель комиссии:  В.В. Ефремова

(подпись)

Заведующий кафедрой:  М.Л. Белоножко

(подпись)