

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 27.11.2023 15:11:02

Уникальный идентификатор документа:

d7a26b9e8ca85e98ec3de2eb454b4659d061f249

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»**

## Аннотация рабочей программы учебной дисциплины

### Учебная (консультационная) практика

Закреплена за подразделением Кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий

Направление подготовки 45.04.02 ЛИНГВИСТИКА

Профиль Теория коммуникации и международные связи с общественностью/  
Communications and International Public Relations

Квалификация	<b>магистр</b>		
Форма обучения	<b>очная</b>		
Общая трудоемкость	<b>3 ЗЕТ</b>		
Часов по учебному плану		108	Формы контроля в семестрах:
в том числе:			зачет с оценкой 3
аудиторные занятия		0	
самостоятельная работа		108	

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	14			
Неделя	14			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Сам. работа	108	110	108	110
Итого	108	110	108	110

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ**

1.1	закрепить, углубить и дополнить знания, умения и навыки в области коммуникации и связей с общественностью, полученные при изучении дисциплин магистерской программы; обеспечить практический опыт работы специалиста по коммуникации и связям с общественностью;
1.2	дать магистрантам возможность изучить особенности деятельности по связям с общественностью в конкретной организации, собрать и проанализировать материалы для
1.3	выпускной квалификационной работы

**2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Блок ОП:		Б2.В
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Копирайтинг / Copywriting	
2.1.2	Международное право / International Law	
2.1.3	Международные отношения / International Relations	
2.1.4	Политическая коммуникация / Political Communications	
2.1.5	Стратегический маркетинг / Strategic Marketing	
2.1.6	Брендинг / Branding	
2.1.7	Коммуникационный менеджмент / Communication Management	
2.1.8	Корпоративная коммуникация / Corporate Communication	
2.1.9	Корпоративная культура / Corporate Culture	
2.1.10	Современная пресс-служба / Modern Press Office	
2.1.11	Стратегический менеджмент / Strategic Management	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Научно-исследовательская практика	
2.2.2	Основы коучинга / Introduction to coaching	
2.2.3	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.4	Производственная практика (педагогическая)	

**3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ**

<b>ПК-3: Способен выявлять источники возникновения конфликтных ситуаций в межкультурной и профессиональной коммуникации, выявлять и устранять причины дискоммуникации в конкретных ситуациях межкультурного профессионального взаимодействия</b>
<b>Уметь:</b>
ПК-3-У1 выявлять источники возникновения конфликтных ситуаций в межкультурной и профессиональной коммуникации, выявлять и устранять причины дискоммуникации в процессе реализации коммуникативной стратегии организации
<b>ПК-4: Способен осуществлять грамотное языковое оформление профессиональных текстов</b>
<b>Уметь:</b>
ПК-4-У1 оформлять отчет грамотно с точки зрения языка и оформления
<b>ПК-1: Способен анализировать научную проблематику на английском языке, соответствующую области знаний</b>
<b>Уметь:</b>
ПК-1-У1 анализировать научную проблематику для реализации коммуникативной стратегии организации
<b>ПК-2: Способен разрабатывать и реализовывать коммуникативную стратегию на основе понимания ценностей, представлений, этических и нравственных норм, присущих различным культурам и странам</b>
<b>Уметь:</b>
ПК-2-У1 учитывать ценности, представления, этические и нравственные нормы, присущие различным культурам и странам в процессе реализации коммуникативной стратегии организации