

РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ



**ОТЧЕТ
ПО САМООБСЛЕДОВАНИЮ**

деятельности по реализации основной образовательной программы

высшего профессионального образования

по специальности с присвоением квалификации:

по коду 65:

070701 РЕКЛАМА

Москва 2009

ЧЛЕНЫ КОМИССИИ ПО САМООБСЛЕДОВАНИЮ:

Председатель комиссии	Гусаков Н.П.	Декан экономического факультета, научный руководитель ИМЭБ
Члены комиссии	Мосейкин Ю.Н.	Зам. председателя комиссии, директор ИМЭБ
	Трубникова Н.В.	Руководитель программы «Реклама», зав. каф. рекламы ИМЭБ
	Грибанова А.В.	Ассистент кафедры рекламы ИМЭБ

СОДЕРЖАНИЕ

1	Общие сведения, структура подготовки	1
2	Организационно-правовое обеспечение учебной деятельности	4
3.	Контингент студентов, требования при приеме	5
4.	Содержание подготовки	6
4.1.	Анализ рабочего учебного плана и графика учебного процесса	6
4.2.	Учебно-методическое обеспечение. Обеспеченность образовательного процесса учебной литературой и другими информационными ресурсами	6
4.3.	Обеспеченность образовательного процесса специализированным и лабораторным оборудованием, техническими средствами обучения и компьютерными технологиями	7
4.4.	Проведение практик	9
5.	Качество подготовки	11
5.1.	Кадровое обеспечение	11
5.2.	Результаты итоговой аттестации выпускников, сведения о защите квалификационных работ	12
5.3.	Результаты контроля знаний студентов при самообследовании	14
5.4.	Востребованность выпускников специальности за последние 3 года	14
5.5.	Научно-исследовательская работа и публикации преподавателей выпускающей кафедры	16
5.6	Участие студентов в НИР	18
5.7	Воспитательная работа	19
5.8	Система управления качеством подготовки и ее эффективность	21
5.9	Инновационность в учебном процессе	23
	Выводы и рекомендации	25
6.	Приложение	27
6.1	Форма 1. Сведения по всем образовательным программам данного направления (специальности)	27
6.2	Форма 2. Сведения о контингенте студентов	28
6.3	Форма 3. Стабильный план	29
6.4	Форма 4. График учебного процесса	34
	Форма 5. Сведения об обеспеченности образовательного процесса учебной литературой	35
6.5	Форма 6. Сведения об обеспеченности образовательного процесса специализированным и лабораторным оборудованием	88
6.6	Форма 7. Сведения о местах проведения практик	91
6.7	Форма 9. Сведения о лицах, привлекаемых к преподаванию при реализации программы ВПО	98
6.8	Форма 10. Сведения об итоговой аттестации выпускников 2007-2008 учебного года	106
6.9	Форма 11. Сведения о результатах контроля знаний студентов при самообследовании	107
6.10	Форма 12. Сведения о востребованности выпускников	108
6.11	Форма 13. Публикации преподавателей выпускающей кафедры	109
6.12	Положение о балльно-рейтинговой аттестации	112
6.13	Положение о кредитно-модульной системе	114
6.14	Рейтинг – лист по итогам Интернет – экзамена, проводимого Росаккредитацией	123

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ, СТРУКТУРА ПОДГОТОВКИ

В 1998 году решением Ученого совета Российского университета дружбы народов в результате реорганизации Международной школы бизнеса РУДН, основанной в декабре 1990 г., был образован Институт мировой экономики и бизнеса.

В 2000 году в рамках института была открыта специальность 070701 (первоначально 350700) «Реклама» и проведен первый набор студентов.

Учебным планом специальности «Реклама» предусмотрено изучение 12 дисциплин гуманитарного и социально-экономического блока, 9 математических и естественнонаучных дисциплин, 10 общепрофессиональных и 27 специальных дисциплин, в том числе по 7 дисциплин для каждой специализации.

Комплекс изучаемых дисциплин направлен на подготовку специалистов с учетом современных требований. В подготовке профессионального рекламиста серьезное внимание уделяется не только специальным, но и гуманитарным и общеэкономическим дисциплинам. Изучаемые дисциплины дают глубокую теоретическую подготовку, раскрывают содержание и тенденции развития рекламы в контексте глобальных экономических процессов с учетом тенденций перехода к информационному обществу, содержат информацию и анализ современных маркетинговых коммуникаций по материалам отечественной и зарубежной литературы. В отношении специальности «реклама» в выборе дисциплин делается акцент на управленческий аспект подготовки студентов, изучение теории и современного состояния рекламного менеджмента, практической организации рекламы и публичных релейшнз, международных аспектов коммуникационной и рекламной деятельности.

Большое внимание уделяется изучению иностранных языков и овладению современными информационными технологиями. Такой подход связан со стремлением готовить кадры, способные адекватно адаптироваться к динамичной среде рыночной экономики. Практика подтверждает правильность выбранного направления подготовки специалистов. Глубокая теоретическая подготовка в сочетании с хорошим знанием иностранных языков (иногда до 3-х) и компьютерных технологий делает их уникальными специалистами, с первых дней успешно вписывающимися в структуры рекламных агентств, рекламных подразделений фирм и организаций, печатных и электронных средств массовой информации, структур по связям общественностью, в том числе государственных самого высокого ранга, в организации сферы политического консультирования, другие области современного информационного бизнеса.

Летом 2000 года был проведен первый набор для обучения по специальности «Реклама». Весной 2008 года состоялся первый выпуск специалистов в количестве 10 человек. В 2008 году уже было выпущено 36 дипломированных специалистов, из которых дипломы с отличием получили 26 %. На сегодняшний день количество студентов, обучающихся по данной специальности, составляет 298 человек, из них 88 % – на контрактной основе.

В настоящее время срок обучения по специальности 070701 «Реклама» составляет 5 лет. По окончании учебы студентам присваивается квалификация (65) «Специалист по рекламе».

К процессу обучения по данной специальности привлекаются преподаватели с кафедр университета, а также специалисты, работающие в сфере практической рекламы, из других вузов и фирм. Основной кафедрой, задействованной в процессе обучения и выпуска специалистов, является кафедра рекламы ИМЭБ.

Кафедра была создана в 2003 году, через 3 года после открытия в ИМЭБ РУДН новой специальности «Реклама». Существование образовательной программы без методической поддержки ее деятельности на уровне кафедры оказалось проблемным, т.к. в РУДН не было опыта преподавания большинства рекламных дисциплин. Работа по ведению дипломных и курсовых проектов, организации учебно-ознакомительной и производственной практик, консультированию студентов по научно-практическим и творческим вопросам рекламной деятельности требовала создания и активной работы выпускающей кафедры.

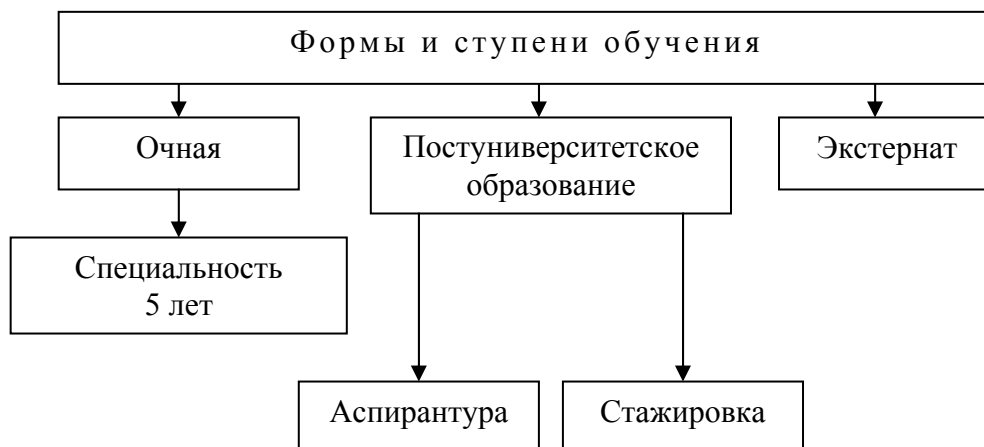
Создание кафедры позволило качественно улучшить подготовку специалистов по рекламе и поднять методическую работу на более высокий уровень. Кроме штатных преподавателей, ППС кафедры пополнился кадрами высшей квалификации за счет приглашения ведущих специалистов-практиков.

В настоящее время в учебном процессе задействованы также 8 кафедр экономического факультета РУДН: международных экономических отношений, политической экономии, бухгалтерского учета, аудита и статистики, экономико-математического моделирования, менеджмента и маркетинга, финансов и кредита, региональной экономики и географии, иностранных языков.

В процессе обучения студенты реализуют возможность также получить диплом переводчика по иностранному языку. На специальности «Реклама» изучаются английский, немецкий, французский, итальянский, испанский и китайский языки в объеме, необходимом для получения данного диплома.

В составе обучающихся преобладают российские студенты.

В результате кооперации с экономическим факультетом сейчас имеется возможность продолжения образования (аспирантура, стажировка), работает второе высшее образование по специальности «Реклама».



2. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Образовательная деятельность по подготовке студентов по направлению «Реклама» осуществляется на основании следующих нормативно-правовых документов:

1. Закон РФ от 10.07.1992 № 3266-1 «Об образовании»;
2. Федеральный закон Российской Федерации от 22.08.1996 № 125-ФЗ «О высшем и послевузовском профессиональном образовании»;
3. Лицензия А №161692, выданная Государственному образовательному учреждению высшего профессионального образования «Российский университет дружбы народов» 28.10.04 сроком действия до 28.01.2010;
4. Свидетельство о государственной аккредитации № 1643, выданное Государственному образовательному учреждению высшего профессионального образования «Российский университет дружбы народов» 28.10.04 сроком действия до 28.10.2009;
5. Государственный образовательный стандарт по направлению (специальности) 350700 «Реклама», утвержденный 14 марта 2000г. заместителем Министра образования Российской Федерации В.Д. Шадриковым. Номер государственной регистрации 41 МЖД/СП;
6. Устав РУДН;
7. Положение об Институте мировой экономики и бизнеса

и других нормативных актов Правительства Российской Федерации, администрации Университета; учебных планов и программ.

3. КОНТИНГЕНТ СТУДЕНТОВ, ТРЕБОВАНИЯ ПРИ ПРИЕМЕ

Контингент студентов института формируется в основном за счет конкурсного приема граждан России и стран СНГ; абитуриентов, поступающих по направлениям субъектов Российской Федерации; контрактного приема российских граждан и граждан СНГ по направлениям АО, СП, фирм, контрактам с физическими лицами; иностранных граждан; перевода из других вузов России и СНГ.

Контингент дневного отделения по специальности «Реклама» представлен в Приложении (Форма 2).

Анализ контингента студентов показывает, что по данной специальности обучаются граждане России и стран СНГ (в настоящее время 100 %). Из них по контракту обучается порядка 88 % учащихся.

Полученные за счет контрактного обучения средства направляются на оплату труда преподавателей, отчисления Университету, совершенствование материально-технической базы института. Закупается современная компьютерная техника и программы, поддерживается возможность постоянного выхода всех кафедр, ведущих подготовку по специальности «реклама», и компьютерных классов в сеть Internet. Также часть средств идет на закупку учебной литературы для пополнения библиотечного фонда учебниками, изданными в последние годы, которые наиболее полно отражают современные тенденции развития общества, экономики, сферы коммуникаций.

Проходной балл для поступления на специальность «Реклама» на бюджетной основе из года в год является одним из самых высоких в Университете и в 2008 г. составил из 100 возможных баллов: 60 баллов по русскому и иностранному языкам и 70 баллов по географии. Конкурс на бюджетные места по-прежнему остается одним из самых высоких в Университете и летом 2008 года достиг значения 12 человек на место.

4. СОДЕРЖАНИЕ ПОДГОТОВКИ

4.1. Анализ рабочего учебного плана и графика учебного процесса

Учебный план подготовки специалистов утвержден решением Ученого совета Института мировой экономики и бизнеса 2006 года (протокол № 3 от 25 апреля 2006 года).

Анализ соответствия учебного плана требованиям государственного образовательного стандарта по направлению 080102 «Реклама»:

№ п/п	Наименование циклов дисциплин и видов учебной работы студента	Часов по ГОС	Часов по раб.плану	Отклонение, %
1	Дисциплины направления	8208	8205	0
2	Специальные дисциплины	2058	2046	- 0,6
3	Аудиторных часов в неделю	27	26,1	- 3
4	Преддипломная	12 недель	12 недель	0
5	Число курсовых работ	Не более 9	7	-
6	Среднее число зачетов в год	Не более 12	9	-
7	Среднее число экзаменов в год	Не более 10	8	-
8	Кол-во учебных недель	260	260	0
9	Средняя нагрузка в неделю	54	54	0
10	Каникулы	50 недель	50 недель	0
11	Подготовка и защита выпускной работы	12 недель	12 недель	0

4.2. Учебно-методическое обеспечение. Обеспеченность образовательного процесса учебной литературой и другими информационными ресурсами

Обеспеченность образовательного процесса на специальности «Реклама» осуществляется за счет фондов центральной библиотеки РУДН, фондов научных библиотек ИМЭБ и программы МВА, а также за счет активного использования информационной сети Internet.

Библиотека Университета расположена в главном корпусе. В отделе комплектования от преподавателей принимаются заказы на покупку учебных и научных изданий.

При Университете имеется издательство, через которое сотрудники института мировой экономики и бизнеса выпускают учебные и методические пособия, сборники задач и другую необходимую литературу, используемую в учебном процессе.

Для более углубленного изучения дисциплин студенты имеют доступ к фондам научно-информационных центров, таких как ВИНТИ, Институт научной информации по общественным наукам, Институт Дальнего Востока РАН, Институт Латинской Америки РАН, Институт стран Азии и Африки и другим.

На кафедре рекламы и ряде кафедр, участвующих в подготовке специалистов (экономико-математического моделирования, международных экономических отношений, менеджмента и маркетинга, региональной экономики и географии), созданы кафедральные библиотеки и информационные уголки, доступные как преподавателям, так и студентам, обучающимся по специальности «Реклама». Их формирование и пополнение осуществляется за счет сотрудничества с научно-исследовательскими и информационными центрами и силами преподавателей кафедр.

Преподаватели, привлекаемые к работе, проводят большую методическую работу. По каждой преподаваемой дисциплине имеется блок методической документации, включающий: программу, календарный план чтения лекций и проведения семинарских, лабораторных и практических занятий, контрольные задания и работы, раздаточный материал и т.д. Также активно используются учебно-методические пособия в электронном виде. Лекции читаются с использованием презентаций и мультимедийной аппаратуры.

Результатом деятельности в области методического обеспечения учебного процесса является издание методических рекомендаций и указаний по написанию курсовых и дипломных работ.

Основная учебно-методическая литература, рекомендованная преподавателями в программах дисциплин в качестве обязательной, и обеспечение этой литературой библиотеки Университета и библиотек кафедр отражены в таблице (Форма 5) в приложении к отчету.

4.3. Обеспеченность образовательного процесса специализированным и лабораторным оборудованием, техническими средствами обучения и компьютерными технологиями

Специальность «Реклама» имеет хорошую материально-техническую базу, которая соответствует необходимому уровню для обеспечения учебного процесса. Совместно с экономическим факультетом для обучения имеется пять компьютерных классов,

оснащенных современными компьютерами, что дает возможность использовать новейшие образовательные технологии, в том числе и с использованием компьютерной сети Internet.

В общей сложности, вместе с оборудованием, имеющимся на кафедрах, компьютерный парк насчитывает порядка 150 единиц. На протяжении последних 3 лет ежегодно часть оборудования заменяется на более современные модели. Каждая кафедра, в том числе кафедра рекламы, имеет в своем распоряжении не менее трех компьютеров, два-три лазерных принтера, один сканер и один современный копировально-множительный аппарат. Кафедра рекламы имеет также цветной лазерный принтер, профессиональное фото- и видеооборудование.

Все кафедры и дисплейные классы объединены в единую локальную сеть с выходом в Internet.

Конференц-зал, а также аудитории № 1 и № 2, оснащены стационарными мультимедиа проекторами для проведения лекций и презентаций. Для повышения качества проведения лекционных занятий на каждой кафедре имеются ноутбуки и переносные мультимедиа-проекторы.

Информационный центр деканата производит расчет рейтинга студентов и размножение раздаточного материала, используемого в учебном процессе. Центр оснащен двумя компьютерами и двумя копирами.

В рамках гранта, полученного от Международного Банка Реконструкции и Развития (МБРР) по программе «Совершенствование системы экономического образования в Российском университете дружбы народов» и на средства Института Мировой экономики и бизнеса, а также экономического факультета Университета было закуплено современное программное обеспечение, активно используемое преподавателями кафедр.

Более 90 % преподавателей, обучающих студентов общепрофессиональным и специальным дисциплинам, ведут занятия в форме электронных презентаций, что обеспечивает преподавание на уровне современных требований и технологий.

В настоящее время для обучения по специальности «Реклама» используются следующие лицензированные компьютерные программы:

Наименование	Кафедра
Adobe Photoshop CS3	Рекламы
Adobe Dreamweaver CS3	Рекламы
Adobe Flash CS3	Рекламы
Adobe Flash CS3 Video Encoder	Рекламы
Adobe Illustrator CS3	Рекламы

Adobe Indesign CS3	Рекламы
Galileo	Рекламы
Cambridge Practice	Иностранных языков
CorelDRAW 10	Рекламы
Arcview (ESRI)	Региональной экономики и географии
MAPMAKER	Региональной экономики и географии
Mentor	Все
Microsoft Office	Все
NetOp School	Все
Paragon CD Emulator	Иностранных языков
Ready for First Certificate	Иностранных языков
TeLL me More Pro	Иностранных языков
TestStudio	Все
Project Expert 7 Tutorial	Экономико-математического моделирования
Spider Project	Менеджмента и маркетинга
STATISTICA 6.0	Экономико-математического моделирования
Система БЭСТ-ОФИС	Экономико-математического моделирования
Project Expert 7 Tutorial	Экономико-математического моделирования

Обеспеченность специальности «Реклама» специализированным оборудованием и техническими средствами обучения согласно учебному плану, утвержденному Ученым советом университета, отражена в Приложении (Форма 6).

4.4. Проведение практик

На проведение практик в соответствии с Государственным образовательным стандартом отводится 14 недель. Порядок прохождения практик определяется графиком учебного процесса.

Студенты, обучающиеся по специальности «Реклама», проходят учебно-ознакомительную практику в 4-м семестре (2 учебные недели). Целью ее является ознакомление с будущей профессией непосредственно на базах практик. Преддипломная производственная практика проходит в 10-м семестре (12 учебных недель). Ее целью является закрепление навыков, полученных в процессе обучения, и подготовка к будущему трудоустройству.

Примерная тематика дипломных работ разрабатывается преподавателями кафедр, участвующими в учебном процессе, с учетом требований Государственного образовательного стандарта. Это не исключает предложения студентами своих тем и

направлений исследования. Каждая тема преддипломной практики, результаты которой войдут в дипломную работу, формируется исходя из:

- научных интересов кафедры, а также руководителя практики;
- научных проблем, над которыми студент работал в течение всех лет учебы, при подготовке курсовых работ;
- наиболее актуальных проблем в сфере рекламы и маркетинговых коммуникаций в России, стран СНГ и в масштабах глобальной экономики.

Условием эффективного прохождения производственной практики является работа по специальности. Студенты имеют право выбора компании-рекламодателя или рекламного агентства или СМИ, где они будут работать на протяжении установленного срока. Выпускающей кафедре рекламы удалось наладить сотрудничество с известными и стабильными профессиональными организациями в сфере рекламы: рекламными агентствами, рекламными отделами крупных фирм, предприятиями по производству рекламной продукции, государственными организациями, осуществляющими контроль за рекламированием товаров и услуг, что подкреплено соответствующими договорами. Студенты имеют широкие возможности выбора баз практики в соответствии с их интересами и учебно-научной работой.

В процессе практики идет успешное закрепление знаний, полученных студентами в процессе обучения в Университете. Студенты получают возможность реально сопоставить свои ожидания с реалиями будущей профессиональной деятельности. На кафедре имеется положительный опыт открытых защит практики, куда приглашаются студенты младших курсов и представители баз практик.

Ежегодно более 60 % студентов 5-го курса закрепляются на рабочих местах после практики и продолжают трудовую деятельность в компаниях, первоначально на условиях трудового договора с частичной занятостью, а впоследствии устраиваются на работу, как основные сотрудники.

Материалы практики студенты в дальнейшем используют для написания выпускных работ. В процессе практики идет успешное закрепление знаний, полученных студентами в процессе обучения в Университете. Студенты получают возможность реально сопоставить свои ожидания с реалиями будущей профессиональной деятельности. Имеется положительный опыт открытых защит практики, куда приглашаются студенты младших курсов и представители баз практик.

Среди баз практики:

- крупные российские и международные рекламодатели (Panasonic, Bosco di Ciliegi, Hewlett Packard и др.);

- государственные организации (Государственная Дума РФ, Комитет рекламы, информации и оформления г.Москвы, РОСВОЕНЦЕНТР при Правительстве РФ и др.);
- российские и сетевые рекламные агентства (BDDO-Moscow, Progression, OgilvyPR и др.);
- рекламные отделы СМИ («Московский комсомолец», «Аргументы и факты», издательский дом «BURDA» и др.);
- интернет-компании (ЯНДЕКС, КСАН) и многие другие организации.

Более полная информация о местах прохождения производственных практик приведена в Приложении (Форма 7).

5. КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ

5.1. Кадровое обеспечение

Подготовка специалистов по направлению «Реклама» осуществляется в основном преподавателями кафедры рекламы, специалистами, сотрудничающими с ИМЭБ на условиях почасовой оплаты по трудовым договорам, в том числе ППС кафедр экономического факультета и других факультетов РУДН.. Также к учебному процессу привлекаются специалисты, работающие в профильных компаниях (15 % – по всем циклам, 58 % – по дисциплинам специализаций), а также сотрудники других ВУЗов Москвы (19 %): МГУ им. М.В. Ломоносова, РЭА им. Г.В. Плеханова, РАГС при Президенте РФ и др.

Отличительной особенностью кадрового состава, работающего по блоку дисциплин специальности, является то, что ряд преподавателей, в основном практики рекламного бизнеса, работают по трудовому соглашению, заключаемому сроком на семестр. Это обеспечивает возможность выбора актуальной тематики дисциплин специализаций и гибкость в привлечении лучших преподавателей с учетом современных требований и эффективной оценки уровня преподавания. Характеризуя качественную сторону преподавательского состава, следует отметить, что в целом по специальности «Реклама» около 80 % привлеченных к преподаванию лиц имеют ученые степени доктора и кандидата наук.

Примерно четверть преподавателей являются выпускниками Российского университета дружбы народов. Остальные имеют дипломы об окончании МГУ, МГИМО, ГУУ, ВПГУ, ВГИК, МГТУ, МГПИ, МИРЭА и других вузов.

Преподаватели специальности «Реклама» повышают квалификацию в соответствии с планом РУДН и тех ВУЗов, где они находятся на постоянной работе. За истекший период 22 преподавателя повысили свою квалификацию с получением соответствующего удостоверения. На следующие 5 лет запланировано повышение квалификации 28 преподавателей.

Студенты специальности «Реклама» имеют возможность посещать еженедельные мастер-классы ведущих практиков рекламы в учебных аудиториях РУДН. В таком формате к преподаванию привлекаются президент Art Directors Club Russia А. Алексеев, Председатель совета директоров компании AMEDIA А. Акопов, руководитель рекламной школы РА BBDO-MOSCOW С. Майбродская, генеральный директор РА APR-Eurasia А. Пуховский, креативный директор РА «Аврора» К. Инин и многие другие.

Процент лиц с учеными степенями и учеными званиями среди ППС состава, привлекаемого к ведению образовательной деятельности по направлению «Реклама»:

Циклы дисциплин	ППС, %
Общие гуманитарные и социально-экономические	70
Общие математические и естественнонаучные	80
Общепрофессиональные	93,1
Специальные	75,8
В целом по специальности	79,73

Сведения о ППС с учеными степенями и званиями, привлекаемых к преподаванию дисциплин по специальности «Реклама» приведены в Приложении (Форма 9).

5.2. Результаты итоговой аттестации выпускников, сведения о защите квалификационных работ

Организация работы Государственных экзаменационных и аттестационных комиссий основывается на соответствующих положениях о высшей школе. Состав государственных комиссий обсуждается на заседании Ученого совета и утверждается приказом ректора.

В состав ГАК входят профессора и доценты кафедр экономического факультета и института Мировой экономики и бизнеса.

Председателем ГАК в 2007 и 2008 году был декан факультета Мировой экономики и международных финансов Академии труда и социальных отношений д.э.н., профессор

Давтян М.А. В состав комиссии входили: научный руководитель ИМЭБ, декан экономического факультета, проф. Гусаков Н.П.; директор ИМЭБ, доц. Мосейкин Ю.Н., руководитель программы «Реклама», зав. кафедрой рекламы доц. Трубникова Н.В., профессор кафедры рекламы Савельева О.О., доценты кафедры рекламы Малыгина О.П., Саркисян О.О., Глинская И.Ю.

Первый выпуск студентов по специальности «Реклама» состоялся в 2005 году в количестве 10 человек. С каждым годом наблюдается стабильный рост числа выпускников. В 2006 г. их число составило 24 человека, в 2007 и 2008 гг. – 36 человек, в 2009 г. планируется выпустить 54 человека.

Согласно графику учебного процесса, выпускные государственные экзамены и защита дипломных проектов проходят в 10-м семестре.

Ряд выпускников направления «Реклама» помимо государственного диплома о высшем образовании получают также диплом референта-переводчика по иностранному языку.

В 2007-2008 гг. государственные дипломы по специальности «Реклама» получили 36 человек, из них с отличием – 9 человек, что составляет 26 % от общего числа выпускников. Темы дипломов разрабатывались преподавателями выпускающих кафедр, являющихся научными руководителями студентов совместно с самими выпускниками, основываясь на требованиях государственного образовательного стандарта, с учетом актуальности каждой выбранной темы.

Согласно графику учебного процесса, выпускные экзамены и защита дипломных работ проходят в 10-м семестре. Выпускной государственный экзамен является междисциплинарным и включает в себя вопросы по специальным и общепрофессиональным дисциплинам специальности «Реклама».

В ходе итоговой аттестации 2007-2008 гг. студенты показали следующие результаты:

Итоги ГАК:

«Отлично» – 17 чел.;

«Хорошо» – 16 чел.;

«Удовлетворительно» – 2 чел.;

«Неудовлетворительно» – 1 чел.

Результаты защиты дипломных проектов:

«Отлично» – 28 чел.;

«Хорошо» – 6 чел.;

«Удовлетворительно» – 1 чел.

Дипломы референта-переводчика по иностранным языкам:

«С отличием» – 9 чел.;

«Без отличия» – 5 чел.

Таким образом, по итогам ГАК оценку отлично и хорошо получили 92 %, а по итогам защиты дипломов – 97 %.

5.3. Результаты контроля знаний студентов при самообследовании

Для анализа эффективности преподавания дисциплин на специальности «Реклама» и оценки качества знаний, полученных студентами в ходе самообследования, проводился контроль знаний студентов по 11 дисциплинам, их них по циклу ГСЭ – по 3 дисциплинам: отечественная история, философия, политология, по циклу ЕН – по 3 дисциплинам: высшая математика, информатика, компьютерные технологии в дизайне рекламы, по циклу ОПД – по 3 дисциплинам: основы рекламы, публик рилейшнз, психология рекламной деятельности по циклу СД: по 3 дисциплинам: массовые коммуникации и медиапланирование, BTL-технологии продвижения. Среди выбранных дисциплин читаются на 1 курсе – 18 %, на 2 курсе – 28 %, на 3 курсе – 36 %, на 4 курсе – 18 %. По 55 % дисциплин 100 % усвоили дисциплину, 27 % дисциплин усвоило от 91 до 97 % студентов.

5.4. Востребованность выпускников специальности за последние 3 года

За последние три года по специальности «Реклама» выпущено 96 специалистов. Более половины из них были трудоустроены на старших курсах или в период прохождения преддипломной практики, на которую они были направлены.

Выпускающая кафедра рекламы проводит большую работу по трудоустройству выпускников. Она поддерживает контакты с HR-отделами крупных рекламных агентств и компаний-рекламодателей, оповещает студентов старших курсов об открытии вакансий, в том числе с частичной занятостью, о конкурсах и стажировках, ведет банк данных резюме студентов, организует презентации потенциальных работодателей на территории РУДН. Так, например, такие встречи проводились с компаниями Procter&Gamble, L'Oréal, РА Видеоинтернешнл, Mediaedge:cia, Leo Burnett Group и др.

РУДН регулярно проводит ярмарки вакансий, на которых представлены ведущие рекрутинговые фирмы, что также создает дополнительные возможности трудоустройства для выпускников.

Около 80 % выпускников работает по профилю подготовки. Подавляющая часть выпускников (более 90 %) работает в Москве. Данные по востребованности выпускников приведены в Приложении (Форма 12).

5.5. Научно-исследовательская работа и публикации

преподавателей выпускающей кафедры

Преподаватели кафедры «Реклама» ведут постоянную активную научно-исследовательскую и учебно-методическую работу, результатом которой является серьезный список печатных трудов, вышедших в центральных издательствах.

Список публикаций учебников и учебных пособий за последние 5 лет включает 61 наименование (общим тиражом 122 тыс. экземпляров, общим объемом свыше 933 печатных листов): 5 учебников, 15 монографий, 41 учебное пособие.

Высокий профессиональный уровень публикаций подтверждается наличием грифов: 19 учебников и учебных пособий имеют грифы Министерства образования и науки РФ и УМО. Следует отметить следующие учебники и учебные пособия:

№	Автор	Название	Гриф	Тираж	Объем
1.	Лебедев-Любимов А.Н.	Психология рекламы	УМО	16000	29,7
2.	Савельева О.О.	Социология рекламы	Минобр. и науки РФ	5000	12
3.	Музыкант В.Л.	Формирование бренда средствами рекламы и PR	Минобр. и науки РФ	3000	38
4.	Музыкант В.Л.	Реклама в действии: история, аудитория, приемы	Минобр. и науки РФ	3000	15
5.	Музыкант В.Л.	Маркетинговые основы управления коммуникациями (ATL-, VTL-реклама, брэндинг)	Минобр. и науки РФ	3000	40
6.	Шкваря Л.В. (в соавт.)	Мировая экономика и международные экономические отношения	УМО	5000	42
7.	Вегенер Ю.С. (Бернадская) (в соавт.)	Разработка и технология производства рекламного продукта	Минобр. и науки РФ	3000	40
8.	Вегенер Ю.С. (Бернадская)	Текст в рекламе	УМО	2000	18

Полный перечень учебников, пособий и монографий, изданных преподавателями кафедры «Реклама» за последние 5 лет представлен в Приложении (Форма 13).

Несмотря на то, что по реестру ВАК специальность «Реклама» не отнесена к научным специальностям, преподавателями кафедры ведутся активные научные исследования в рамках истории, теории и практики рекламной деятельности, на стыке таких наук, как психология, социология, информатика и т.п. Постоянно проводится научно-исследовательская работа в следующих направлениях: «Историко-методологические аспекты рекламной деятельности» (к.филос.н., доц. Трубникова Н.В.); «Механизмы воздействия рекламы на потребительские аудитории» (д.психол.н, проф. Лебедев А.Н.); «Реклама в рамках социологического дискурса» (д.с.н, проф. Савельева

О.О.); «Планирование рекламных кампаний» (д.с.н., проф. Музыкант В.Л.); «Эффективность наружной и транзитной рекламы» (к.т.н., доц. Саркисян О.А.); «Компьютерная графика и процессы допечатной подготовки рекламных изданий» (к.т.н. Малыгина О.П.); «Вербальная составляющая бренда» (к.филос.н., доц. Вегенер Ю.С.).

На кафедре ведется подготовка аспирантов по смежным специальностям.

Преподаватели кафедры принимают активное участие в конференциях всероссийского и международного уровня:

- «Всероссийская конференция заведующих кафедрами рекламы, связей с общественностью и смежных дисциплин»;
- «Современная экономическая теория и реформирование экономики России»;
- «Реклама в России, современное состояние и проблемы развития»;
- «Мировая экономика в XXI веке: проблемы и перспективы»;
- «Управление аудиторией и реклама в Интернете-2007»;
- «Коммуникация-2008»;
- «Социальные проблемы современного города в визуальной культуре: дизайн, реклама, полиграфия»;
- «Диалог культур и цивилизаций в глобальном мире» и др.

За отчетный период заметно активизировалась деятельность по изданию научных трудов: опубликовано 15 монографий, более 300 статей в периодических изданиях, сборниках статей, материалах конференций. Более 20 трудов опубликовано в изданиях по списку ВАК.

Кроме конференций, было принято активное участие в проведении семинаров и круглых столов по проблемам рекламной деятельности, таких как: круглый стол «Социальная реклама: вчера, сегодня, завтра» в рамках VIII Московского фестиваля социальной рекламы, семинар «Мастерская эффективного репутационного менеджмента» и др.

В 2006 году кафедра выступила инициатором проведения общероссийской научно-практической конференции «Рекламный вектор», ставшей ежегодным заметным событием в рекламном сообществе. За это время было проведено 2 конференции: «Рекламный вектор-2007: проблемы глобализации» и «Рекламный вектор-2008: традиции и инновации» – по итогам которых выпущены сборники материалов. Программа конференций традиционно включает: пленарное заседание, секционные заседания, мастер-классы известных практиков в области рекламы, творческий конкурс и конкурс статей.

Все вышесказанное подтверждает высокий уровень и серьезный потенциал научно-исследовательской работы преподавателей, ведущих подготовку по специальности «Реклама».

5.6. Участие студентов в НИР

Основными направлениями научно-исследовательской работы студентов (НИРС) является участие студентов в конференциях, конкурсах студенческих научных работ, фестивалях рекламы, Днях науки, посещение и активная работа на мастер-классах известных практиков. Многие студенты за активную общественную работу и отличную учебу награждаются денежными премиями, грамотами Ректората, Почетными дипломами Совета по НИРС.

Студенты специальности реклама принимают активное участие в работе конференции «Рекламный вектор». Ими было подготовлено и опубликовано в сборнике материалов конференции более 30 статей по актуальным проблемам развития современной рекламы. Студенты также участвуют в мероприятиях экономического факультета, таких как Международная научно-практическая конференция студентов и молодых ученых «Страны с переходной экономикой в условиях глобализации», Научно-практическая конференция аспирантов экономического факультета «Актуальные проблемы глобальной экономики» и др.

На кафедре с 2006 года работает научно-практический кружок в форме факультатива «Мастерская по подготовке к творческим конкурсам по рекламе», ведущий подготовку работ к общероссийским и всероссийским конкурсам и фестивалям по рекламе. Призерами Московского фестиваля социальной рекламы, проходящего под патронажем Правительства Москвы, стали 7 студентов, конкурса Rambler Photo – 2 студента, Международного молодежного фестиваля социальной рекламы "ART.START" – 2 студента. Также студенты завоевывали призовые места и в других известных фестивалях и конкурсах.

Важной составной частью научно-исследовательской работы являются также мастер-классы, на которых студенты получают научно-практические навыки. За отчетные 5 лет состоялось более 70 мастер-классов по ключевым проблемам рекламной деятельности.

В июне 2008 года группа студентов специальности «Реклама» под руководством преподавателя кафедры рекламы участвовала в работе самого представительного фестиваля в сфере рекламы – Международного фестиваля рекламы «Каннские львы»

(г. Канны, Франция), являющегося крупнейшим событием в области маркетинга и рекламы. Студенты получили специальную студенческую регистрацию, что давало возможность принять участие в различных конференциях, семинарах, мастер-классах выдающихся специалистов в рекламной сфере. Студенты смогли получить важную информацию об основных направлениях развития современной рекламы и маркетинговых коммуникаций, посетили и подготовили отчет по 30 мероприятиям.

Повышению уровня НИР способствует систематическое участие студентов во Всероссийском конкурсе научных студенческих работ по рекламе и маркетингу, студенческом конкурсе PR-проектов «Серебряный лучник». Также студенты участвовали в конкурсе на лучшую студенческую статью издательства РИП-холдинг и журнала «Лаборатория рекламы и PR», по результатам которого 5 статей студентов были рекомендованы к публикации.

Ежегодно студенты специальности «Реклама» участвуют в «Фестивале науки» РУДН. В рамках мероприятия выступают видные научные деятели Университета, демонстрируются фильмы, проводятся мастер-классы практиков рекламы, а также совместно с преподавателями и научными сотрудниками кафедр проводится работа по привлечению большего числа студентов к научным исследованиям.

5.7. Воспитательная работа

Составление годовых и месячных планов внеучебных мероприятий, проводимых группой старших преподавателей, кафедрами, профсоюзным бюро, студенческими комитетами факультета и ИМЭБ, проводится на основе Плана действий (мер и мероприятий) по патриотическому, интернациональному, культурному и нравственному воспитанию обучающихся Российского университета дружбы народов в 2006-2010 годах, среднесрочной программы «РУДН-2010» в области воспитательной (внеучебной) работы. Планы культурно-массовых мероприятий на факультете составляются ежемесячно, их выполнение контролируется заместителем декана по воспитательной работе. Регулярно проводится анализ выполнения планов.

Воспитательная работа ведется по следующим основным направлениям:

- учебно-воспитательная работа,
- работа с органами студенческого самоуправления,
- научно-исследовательская работа студентов,
- культурно-массовая работа,
- спортивная работа,

- работа по социальной защите учащихся,
- правовое воспитание учащихся, индивидуальная работа со студентами,
- информационная работа.

Студенты активно вовлекаются в процесс общественного самоуправления. В институте существуют выборные органы студенческого самоуправления (Студенческий совет, Студенческий профсоюзный комитет), которые принимают активное участие в решении самых различных вопросов учебы, жизни и быта студентов. Студенческий комитет ИМЭБ действует в постоянном контакте с деканатом, оказывает помощь в повышении успеваемости и учебной дисциплины студентов. К этой работе активно подключаются старосты учебных групп. Заметно укрепляет учебную дисциплину ведение журналов учета посещения занятий студентами.

Студенческий и профсоюзный комитеты проводят большую работу по выявлению группы социально незащищенных студентов. На основании предъявляемых документов, составляются списки учащихся на получение социальной помощи.

Важное значение в деле адаптации первокурсников имеют встречи с профессорско-преподавательским составом, методистами, проведение организационных собраний по группам и курсам, избрание студенческих органов самоуправления и т.д.

По вопросам профилактики наркомании, ВИЧ-инфекций институтом поддерживаются постоянные контакты с врачами поликлиники № 25, студенты ежегодно проходят медицинские осмотры и диспансеризации.

Студенты имеют возможность в летние каникулы поработать в составе студенческого строительного отряда РУДН.

В университете имеется хорошо оснащенная спортивная база, где студенты могут как во время занятий физкультурой, так и в свое свободное время активно заниматься спортом. Многие ребята принимают участие в спартакиаде РУДН, а также в межвузовских состязаниях в составе университетских команд отстаивают честь ИМЭБ. Так, например, в 2008 году студентка специальности «Реклама» Степанова Елена заняла 2 место по плаванию на Универсиаде.

Команда КВН Института мировой экономики и бизнеса по итогам серии игр 2007-2008 года стала победителем.

Также студенты принимают активное участие в смотрах-конкурсах художественной самодеятельности университета. Многие ребята стали лауреатами и теперь выступают с номерами на сцене Дворца Съездов, в Кремле, в концертном зале Храма Христа Спасителя и на других концертных площадках.

В университете имеется отличная материально-техническая база для внеучебной работы, актовые залы, репетиционные помещения, оборудованные необходимыми приборами. Культурно-массовая и творческая деятельность студентов факультета выражается в участии их в различных общеуниверситетских конкурсах, например, КВН, традиционный вечер «Посвящение в студенты», праздник студенческой молодежи «Гатьянин день», встреча Нового года – студенческий новогодний бал, день рождения Университета. Студенты общаются друг с другом и на вечерах отдыха, которые проводятся 2-3 раза в год.

Важным направлением культурно-массовой работы является экскурсионная работа кафедры со студентами. Такая работа включает в себя регулярное организованное посещение выставок («Реклама», «Дизайн и реклама») на бесплатной основе, по договоренности кафедры с руководством выставок, с защитой творческих отчетов студентов. Регулярно проходят экскурсии: в Российскую государственную библиотеку для изучения технологии поиска литературы по рекламе; на полиграфические предприятия; в Центр цифровой печати; в РА «Мосгорреклама»; в агентство «Gallup Media» для ознакомления с производством рекламной продукции и размещением рекламы; в Третьяковскую галерею и Музей изобразительных искусств им. Пушкина для повышения общекультурного уровня.

Также важными мероприятиями в области внеучебной воспитательной работы студентов стала активная помощь студентов в проведении мероприятий кафедры и рекламно-информационных структур-партнеров. В числе таких мероприятий – Дни открытых дверей в РУДН, выставки по образовательным тематикам, Московский фестиваль рекламы Red apple, Всероссийская конференция «Транзитная реклама», где активно работали студенты ИМЭБ.

5.8. Система управления качеством подготовки и ее эффективность

В учебном процессе по специальности «Реклама» внедрена и используется разработанная в Университете под руководством профессора А.П. Ефремова «Система управления качеством образования». Действующая в Университете система качества обучения включает в себя следующие части:

- службу обеспечения качества;
- модель менеджмента качества;
- программу обеспечения качества.

Служба обеспечения качества РУДН – это специализированное подразделение учебно-методического управления РУДН, задача которого состоит в повышении эффективности деятельности Университета.

Внутренняя служба качества обеспечивает централизованный анализ эффективности процесса обучения и оптимизацию численных критериев и технологических процессов обучения, согласованных с Международным стандартом ISO 9000:2000 и Европейским стандартом гарантии качества.

В РУДН разработана единая информационная система для учета основных показателей качества обучения, которая представлена в виде сетевой компьютерной программы «Качество обучения в РУДН». Базу данных этой информационной системы формируют сотрудники службы качества.

Данная система включает две составляющих и используется для анализа эффективности подготовки специалистов по специальности «Реклама». Первая составляющая – это уровень передачи знаний.

Критерий 1.1. Анализ учебных планов и программ

Показатели: 1.1.1. Соответствие учебных планов ГОС.
1.1.2. Рациональность, или доля унификации учебных планов смежных специальностей

Критерий 1.2. Анализ ППС

Показатели: 1.2.1. Должности ППС
1.2.2. Средний возраст ППС по должностям
1.2.3. Научная активность преподавателей
1.2.4. Методическая активность
1.2.5. Повышение квалификации
1.2.6. Знание информационных технологий

Критерий 1.3. Информационное обеспечение учебного процесса

Показатели 1.3.1. Книгообеспеченность
1.3.2. Обеспеченность дисциплин УЭМ
1.3.3. Обеспечение доступа в Интернет
1.3.4. Качество компьютерных сетей

Критерий 1.3. Материально техническое обеспечение УП

Показатели 1.3.1. Обеспеченность помещениями
1.3.2. Лабораторное обеспечение
1.3.3. Обеспечение спец. аудиториями
1.3.4. Обеспечение УП расходными материалами.

Критерий 1.5. Организация системы контроля знаний

Показатели 1.5.1. Форма контроля текущей успеваемости
1.5.2. Наличие балльно-рейтинговых систем

1.5.3. Методика рубежного контроля

1.5.4. Анализ контроля знаний

Критерий 1.6. Организация проведения учебных практик

Показатели 1.6.1. Согласование трудоемкости учебных практик с Государственным образовательным стандартом

1.6.2. Обеспеченность стабильными базами практик.

Критерий 1.7. Научно-исследовательская работа

Показатели 1.7.1. Признанные научные школы

1.7.2. Научные гранты

1.7.3. Научные программы

1.7.4. Хоздоговорные темы

Вторая составляющая – это уровень восприятия знаний

Критерий 2.8. Успеваемость студентов

Показатели 2.8.1. Средняя успеваемость студентов

2.8.2. Средняя успеваемость по циклам ГСЭ и ЕН

2.8.3. Средняя успеваемость по циклам ОПД и СД

2.8.4. Средняя успеваемость по курсам

2.8.5. Средняя успеваемость по регионам

Критерий 2.9. Научная работа студентов

Показатели 2.9.1. Студенческие научные публикации

2.9.2. Студенческие научные гранты

Критерий 2.10. Признание студенческих заслуг и выпуск

Показатели 2.10.1. Именные стипендии

2.10.2. Дипломы с отличием

2.10.3. Трудоустройство

Использование данной системы и ее критериев позволяет постоянно производить мониторинг качества образования и устранять выявленные недостатки. Как результат всестороннего анализа показателей качества были предприняты действия по их улучшению. В частности, была повышена обеспеченность студентов литературой, внедрена балльно-рейтинговая система, внедряется кредитно-модульная система, активизирована НИР преподавателей и студентов. В 2003-2008 гг. на факультете в конце каждого семестра проводилось анкетирование студентов с целью выявления качества преподавания, оценки студентами качества учебно-методического обеспечения, увлекательности учебного процесса, использования современных информационных технологий. По результатам анкетирования были проведены беседы с преподавателями, предметы которых получили низкую оценку у студентов, и были приняты меры дисциплинарного воздействия и кадровые решения.

5.9. Инновационность в учебном процессе

За 2004-2008 гг. кардинально поменялась методика и методология преподавания.

Качественный скачок позволили сделать следующие достижения:

- Доступ в Интернет в компьютерных классах и на всей территории экономического факультета позволил использовать новые технологии обучения, программное обеспечение, новейшие статистические базы и сделать процесс обучения современным и увлекательным.

- Использование учебного портала <http://economist.rudn.ru>, где размещается полная информация по всем читаемым курсам, включая электронные учебники. Студент имеет доступ ко всем УМК по изучаемым курсам как из сети РУДН, так и по Интернету. На портале еженедельно вывешиваются домашние задания, рейтинги студентов, практические задания, методические указания. Это не только облегчает контакты «студент – преподаватель», но и позволяет деканату контролировать учебный процесс.

- Разработана балльно-рейтинговая система оценки усвоения дисциплин студентами. Положение о балльно-рейтинговой системе размещено в приложении 6.12. Такая система оценки дала возможность стимулировать повседневную систематическую работу студентов, снизить роль случайностей при сдаче экзаменов и/или зачетов, повысить состоятельность в учебе.

- Студенты проходят контроль остаточных знаний посредством компьютерного тестирования. В апреле 2007 года студенты (группа ШР-301) специальности «Реклама» ИМЭиБ РУДН участвовали в пятом этапе Интернет-экзамена (ФЕПО-5) по дисциплине «Английский язык», проводимым РОСАККРЕДАГЕНТСТВОМ. Уровень подготовки студентов в полном объеме соответствует требованиям ГОС по дисциплине. Процент студентов выполнивших задания -86, процент освоенных ДЕ-100. Данные Интернет-экзамена приведены в приложении 6.14. ППС кафедры были разработаны необходимые комплекты компьютерных тестов по учебным дисциплинам, которые используются как часть итоговой аттестации.

- Внедрена с 2008-2009 учебного года кредитно-модульная система. Положение о кредитно-модульной системе размещено в приложении 6.13. Права студента по составлению траектории изучаемых дисциплин значительно расширены. В то же время контроль знаний студентов проводится более жестко как в течение семестра, так и во время итогового испытания. В течение семестра, активно работая на семинарах, выполняя тесты, контрольные и самостоятельные работы, студент может заработать 60 % баллов, а на итоговом испытании – 40 % баллов. За семестр студент должен набрать 30 кредитов ECTS. Переход на кредитно-модульную систему способствует повышению мобильности студентов и интеграции вуза в международное образовательное пространство.

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

1. Учебный план подготовки по специальности «Реклама» соответствует Государственному образовательному стандарту.

2. Качество ППС достаточно высокое. Около 80 % ППС имеют ученые звания и ученые степени, при этом среди преподавателей специальных дисциплин более 60 % вовлечены в практику рекламной деятельности, что позволяет передавать студентам актуальные знания и навыки.

3. Обеспеченность учебного процесса литературой по основным дисциплинам высокая, все дисциплины обеспечены УМК. Нехватка печатной литературы по отдельным новым специальным дисциплинам объясняется не отсутствием ее в библиотеке Университета, а отсутствием пока данной литературы на книжном рынке. Эти проблемы решаются с помощью материалов из сети Интернет и материалов на электронных носителях. Доступ в Интернет обеспечен как по кабельной сети, так и через Wi-Fi. Качество компьютерных сетей высокое.

4. Учебный процесс обеспечен необходимым аудиторным фондом, в том числе 6 компьютерными классами и 18 аудиториями, оборудованными мультимедийными проекторами и экранами.

5. Формы контроля текущей успеваемости разнообразны и включают тесты, письменные работы, устный опрос. Внедрена балльно-рейтинговая система контроля знаний студентов и внедряется кредитно-модульная.

6. Успеваемость студентов в целом хорошая. Государственный междисциплинарный экзамен на «хорошо» и «отлично» сдали почти 80 % студентов, выпускную работу – 97 % студентов.

7. Трудоемкость учебных практик соответствует Государственному образовательному стандарту. Специальность обеспечена базами практик.

8. Научно-исследовательская работа проводится достаточно активно. Это проявляется как в количестве публикаций, так и в работе по организации конференций и мастер-классов. Научная работа студентов также налажена и проводится достаточно активно. Студенты участвуют в работе вузовских, всероссийских и международных конференций.

9. Воспитательная работа со студентами проводится по ежегодно составляемому плану и включает в себя широкий круг разнообразных мероприятий.

10. Практически все выпускники специальности трудоустроены и востребованы на рынке труда.

В целом подготовка специалистов по специальности «Реклама» соответствует Государственному образовательному стандарту.

Первоочередными задачами по реализации программы образования в ИМЭБ по специальности «Реклама» на 2008-2012 гг. являются:

- дальнейшее совершенствование учебного процесса на основе перехода на кредитно-модульную систему на базе внедрения новых информационных технологий, использования учебного портала «Economist» и возможностей Интернет;
- обеспечение студентов современными учебно-методическими пособиями и литературой;
- активизация научно-исследовательской работы студентов (участие в конференциях и семинарах, научных конкурсах и олимпиадах, написание статей и т.п.) с поощрением и студентов, и руководителей;
- расширение международного межвузовского обмена студентами, языковая и профессиональная стажировка студентов за границей;
- укрепление сотрудничества с имеющимися базами практик, расширение числа компаний, потенциальных баз практики в России и за рубежом;
- освоение новых методик педагогической деятельности, совершенствование системы контроля знаний студентов;
- создание условий для приглашения на постоянную работу на кафедру рекламы ИМЭБ профессионалов из известных российских и сетевых рекламных агентств, крупных рекламодателей;
- усиление связи с выпускниками по специальности «реклама» за счет организации специальных мероприятий.

6. ПРИЛОЖЕНИЕ