

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Серяков Владимир Дмитриевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 08.08.2022
Уникальный программный ключ:
a8a5e969b08c5e57b011bba6b38ed24f60a21416

**ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И КУЛЬТУРЫ**



УТВЕРЖДАЮ

Ректор института

В.Д. Серяков

«06» августа 2022 г.

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Профиль подготовки:

- реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень)

«БАКАЛАВР»

Форма обучения – очная, очно-заочная, заочная

Нормативный срок освоения программы – 4 года

Москва - 2022

Разработчики ОПОП: канд. филос. наук, доцент Шаркова И.В.

Обсуждена и рекомендована к утверждению на заседании кафедры
Кафедра рекламы и связей с общественностью
(наименование кафедры)

«26» августа 2022 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой
Рекламы и связей с общественностью



И.В. Шаркова

Утверждено на заседании Ученого совета института
«26» августа 2022г., протокол № 1

Секретарь Ученого
совета института
«26» августа 2022 г.


(подпись)

Горбунов В.В.
(Ф.И.О.)

Согласовано:
Проректор по учебно-методической
работе
«26» августа 2022 г.


(подпись)

Соловей А.А.
(Ф.И.О.)

1. Общие положения.

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее ОПОП ВО), реализуемая в Частном учреждении образовательная организация высшего образования Институт экономики и культуры (далее – Институт) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере, представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную ректором Института с учетом требований рынка труда на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта (далее - ФГОС ВО), а также с учетом рекомендованной примерной образовательной программы.

ОПОП ВО регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, календарный учебный график, рабочие программы дисциплин, практик, а также оценочные и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующих образовательных технологий.

1.1. Нормативные документы для разработки ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью:

- Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки России от 8 июня 2017 г. N 512;

- Приказ Минобрнауки России от 6 апреля 2021 г. N 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

- Нормативные правовые акты и методические рекомендации (документы) Минобрнауки России и Минпросвещения России;

- Устав Института.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОПОП ВО, освоившего программу бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

2.1. Области и сферы профессиональной деятельности бакалавров.

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата (далее - выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

Об Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы); а также сфера рекламы и связей с общественностью.

Выпускники также могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях и сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

2.2. Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются:

федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;

негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;

научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;

производственные и сервисные предприятия.

2.3. В рамках освоения программы бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- организационный;
- авторский;
- проектный.

2.4. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС.

Исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательских и материально-технических ресурсов Института направленность программы бакалавриата конкретизирует содержание программы в рамках направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью путем ориентации ее на область, сферы и тип задач профессиональной деятельности выпускников.

Образовательная программа направлена на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами: «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В); «Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н и выполнению обобщенных трудовых функций - создание и редактирование информационных ресурсов и управление (менеджмент) информационными ресурсами (коды В, С).

3. Общая характеристика образовательной программы, реализуемой в рамках направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3.1. Направленность (профиль) образовательной программы:

- Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы:

- бакалавр

3.3. Объем программы бакалавриата

Объем программы составляет 240 зачетных единиц (далее - з.е.).

3.4. Формы обучения

Очная, Очно-заочная, Заочная

3.5. Срок получения образования:

- при очной форме обучения - 4 года
- при очно-заочной форме обучения - 5 лет
- при заочной форме обучения - 5 лет

4. Планируемые результаты освоения образовательной программы - компетенции выпускника как совокупный ожидаемый результат образования по завершении освоения ОПОП ВО.

4.1. Выпускник по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью с квалификацией (степенью) «бакалавр» должен обладать следующими универсальными компетенциями (УК):

Универсальные компетенции выпускников ОПОП, установленные ФГОС ВО, и индикаторы их достижения

Код компетенции	Категория компетенций	Формулировка компетенции	Наименование дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Результаты обучения	Индикаторы достижения компетенции
УК-1	Системное и критическое мышление	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Социология	<p>Знать:</p> <p>УК-1-31 основные категории социологии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации;</p> <p>УК-1-32 принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-1-У1 использовать различные социологические методы для анализа тенденций развития современного общества при принятии решений в профессиональной деятельности;</p> <p>УК-1-У2 применять прикладные методы исследовательской деятельности в профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-1-В1 навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками;</p> <p>УК-1-В2 методами принятия решений на основе социологического анализа различных типов информации</p>	<p>УК-1.1 Анализирует задачи, выделяя их базовые составляющие при исследовании рынка рекламы и связей с общественностью для формирования базы услуг и привлечения потенциального потребителя</p> <p>УК-1.2 Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи в процессе профессиональной деятельности в рекламе и связях с общественностью</p> <p>УК-1.3 Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки с целью привлечению потенциальных потребителей</p> <p>УК-1.4 Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников рынка рекламы и связей с общественностью.</p> <p>УК-1.5 Определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи при прогнозировании деятельности в рекламе и связях с общественностью</p>
			Логика и теория аргументации	<p>Знать:</p> <p>УК-1-31 - виды задач по различным видам запросов;</p> <p>УК-1-32 - возможные варианты логического решения поставленной задачи;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-1-У1- анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие;</p> <p>УК-1-У2- осуществлять поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов с использованием логики и аргументации;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-1-В1- навыками поиска, критического анализа информации,</p> <p>УК-1-В2- -навыками выдвижения и эффективной проверки гипотезы (версии), доказательного построения своих публичных выступлений.</p>	
			Математические методы в рекламе и связи с общественностью	<p>Знать:</p> <p>УК-1-31 способы и методы формулировки математических задач в профессиональной деятельности</p> <p>УК-1-32 способы их реализации на компьютерах с учетом требований</p>	

				<p>информационной безопасности</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-1-У1 применять знания основных положений математики в рекламной деятельности</p> <p>УК-1-У2 применять знания основных положений математики, информатики в профессиональной деятельности с учетом основных требований информационной безопасности.</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-1-В1 навыками математической постановки общепрофессиональных задач и их решения математическими методами</p> <p>УК-1-В2 навыками использования прикладных программ для поиска научной информации в компьютерных сетях с учетом основных требований информационной безопасности</p>	
			Методы научных исследований	<p>Знать:</p> <p>УК-1-З1 способы поиска, критического анализа и синтеза информации</p> <p>УК-1-З2 принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-1-У1 обосновать и сформулировать научную проблему, научную гипотезу, цели и задачи исследования, план и программу исследования; организовать научное исследование</p> <p>УК-1-У2 осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-1-В1 навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками;</p> <p>УК-1-В2 приемами выбора (разработки) технологии научного исследования; оформления отчета о научном исследовании</p>	
			Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	<p>Знать:</p> <p>УК-1-З1 знать теоретические основы в области маркетинговых исследований и ситуационного анализа;</p> <p>УК-1-З2 место и роль маркетинговых исследований в профессиональной деятельности, их основные функции;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-1-У1 анализировать конъюнктуру рынка, проводить маркетинговые исследования;</p> <p>УК-1-У2 проводить анализ сложившейся ситуации на рынке, делать выводы и принимать управленческие решения</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-1-В1 навыками разработки и внедрения программы маркетингового исследования;</p> <p>УК-1-В2 основными инструментами для проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа.</p>	
			Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика	<p>Знать:</p> <p>УК-1-З – основные методы изучения наиболее значимых фактов и явлений в социогуманитарной сфере</p> <p>УК-1-З2 - основные методы изучения наиболее значимых процессов в социогуманитарной сфере</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-1-У1 - использовать основные методы исследования наиболее</p>	

				<p>значимых фактов и явлений, в социогуманитарной сфере.</p> <p>УК-1-У2 - использовать основные методы исследования наиболее значимых процессов в социогуманитарной сфере.</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-1-В1 - основными методами изучения наиболее значимых фактов и явлений в социогуманитарной сфере.</p> <p>УК-1-В2 - основными методами изучения наиболее значимых процессов в социогуманитарной сфере.</p>	
			<p>Производственная практика: профессионально-творческая практика</p>	<p>Знать:</p> <p>УК-1-31 методы проведения исследований рынка в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>УК-1-32 принципы организации работы в сфере рекламы и связей с общественностью, осуществляющиеся посредством анализа, синтеза и системного подхода;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-1-У1 организовывать и реализовывать коммуникационные проекты на основе исследований рынка;</p> <p>УК-1-У2 разрабатывать и выполнять коммуникационные программы в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя критический анализ, синтез информации и системный подход;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-1-В1 практическими навыками проведения исследований рынка рекламы и связей с общественностью, для оценки его конкурентно способности;</p> <p>УК-1-В2 технологиями прогнозирования, реализующимися посредством критического анализ, синтеза информации и системного подхода;</p>	
			<p>Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>	<p>Знать:</p> <p>УК-1-31 методы проведения исследований рынка в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>УК-1-32 принципы организации работы в сфере рекламы и связей с общественностью, осуществляющиеся посредством анализа, синтеза и системного подхода;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-1-У1 организовывать и реализовывать коммуникационные проекты на основе исследований рынка;</p> <p>УК-1-У2 разрабатывать и выполнять коммуникационные программы в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя критический анализ, синтез информации и системный подход;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-1-В1 практическими навыками проведения исследований рынка рекламы и связей с общественностью, для оценки его конкурентно способности;</p> <p>УК-1-В2 технологиями прогнозирования, реализующимися посредством критического анализ, синтеза информации и системного подхода;</p>	
УК-2	Разработка и реализация проектов	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения.	Организация и проведение рекламных и PR-кампаний в бизнесе	<p>Знать:</p> <p>УК-2-31 - круг задач в рамках поставленной коммуникационной цели;</p> <p>УК-2-32 - оптимальные способы решения коммуникационных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</p> <p>Уметь:</p>	УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение с учетом требований требования к нормативно - правовым нормам в сфере рекламы и связей с

		<p>исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>		<p>УК-2-У1 - определять круг задач в рамках поставленной коммуникационной цели; УК-2-У2 - предлагать оптимальные способы решения коммуникационных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; Владеть: УК-2-В1 - навыками разработки, реализации и оценки эффективности кампаний в области связей с общественностью; УК-2-В2-навыками выбора оптимальных способов решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>общественностью УК-2.2 Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из принципов организации услуг в условиях имеющихся ресурсов, ограничений и требований потребителя в сфере рекламы и связей с общественностью; УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время по организации работы по рекламе и связям с общественностью УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта по рекламе и связям с общественностью</p>
<p>Основы проектной деятельности</p>	<p>Знать: УК-2-31 - круг задач в рамках поставленной цели в коммуникационном проекте; УК-2-32 - оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в проекте; Уметь: УК-2-У1 - определять круг задач в рамках поставленной цели в проекте; УК-2-У2 - предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в проекте; Владеть: УК-2-В1 - определять круг задач в рамках поставленной цели; УК-2-В2 - выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в проекте.</p>				
<p>Связи с общественностью в кризисных ситуациях</p>	<p>Знать: УК-2-31 - круг задач в рамках поставленной цели в кризисной ситуации; УК-2-32 - оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в кризисной ситуации; Уметь: УК-2-У1 - определять круг задач в рамках поставленной цели в кризисной ситуации; УК-2-У2 - предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в кризисной ситуации; Владеть: УК-2-В1 - навыками определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в кризисной ситуации.</p>				
<p>Основы брендинга</p>	<p>Знать: УК-2-31 - круг задач в рамках поставленной цели при разработке бренда; УК-2-32 - оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений при разработке бренда; Уметь: УК-2-У1 - определять круг задач в рамках поставленной цели при разработке бренда;</p>				

				<p>УК-2–У2 - предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений при разработке бренда;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-2–В1 - навыками определения круга задач в рамках поставленной цели и выбора оптимальных способов их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений при разработке бренда;</p> <p>УК-2–В2 - навыками осуществления контроля и проведения оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ при разработке бренда.</p>	
		Производственная практика: профессионально-творческая практика		<p>Знать:</p> <p>УК-2–31 - круг задач в рамках поставленной цели;</p> <p>УК-2–32 - оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-2–У1 - определять круг задач в рамках поставленной цели;</p> <p>УК-2–У2 - предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-2–В1 - навыками определять круг задач в рамках поставленной цели;</p> <p>УК-2–В2 - навыками выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</p>	
		Производственная практика: проектная практика		<p>Знать:</p> <p>УК-2–31- круг задач в рамках поставленной цели;</p> <p>УК-2–32 - оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-2–У1 - определять круг задач в рамках поставленной цели;</p> <p>УК-2–У2 - предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-2–В1 - навыками определять круг задач в рамках поставленной цели;</p> <p>УК-2–В2 - навыками выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</p>	
		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена		<p>Знать:</p> <p>УК-2–31 - круг задач в рамках поставленной цели;</p> <p>УК-2–32 - оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-2–У1 - определять круг задач в рамках поставленной цели;</p> <p>УК-2–У2 - предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-2–В1 - навыками определять круг задач в рамках поставленной цели;</p> <p>УК-2–В2 - навыками выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</p>	

			Подготовка к процедуре защите и защита выпускной квалификационной работы	<p>Знать:</p> <p>УК-2-31- круг задач в рамках поставленной цели;</p> <p>УК-2-32 - оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-2-У1 - определять круг задач в рамках поставленной цели;</p> <p>УК-2-У2 - предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-2-В1 - навыками определять круг задач в рамках поставленной цели;</p> <p>УК-2-В2 - навыками выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</p>	
УК-3	Командная работа и лидерство	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Социология	<p>Знать:</p> <p>УК-3-31 социальные феномены, категории, методы изучения и описания социальных явлений.</p> <p>УК-3-32 основные механизмы социального взаимодействия.</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-3-У1 разрабатывать рекомендации по обеспечению социального взаимодействия сотрудников, снижению конфликтности, решению управленческих задач.</p> <p>УК-3-У2 применять знания социологии в профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-3-В1 методами организации социального взаимодействия в сфере рекламной деятельности, создания благоприятных условий труда.</p> <p>УК-3-В2 базовыми знаниями и методами социологической науки.</p>	<p>УК-3.1 Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в профессиональной команде.</p> <p>УК-3.2 Понимает особенности поведения выделенных социальных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в деятельности отдела по связям с общественностью, пресс-службы или коммуникационного агентства</p> <p>УК-3.3 Предвидит результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения личного, образовательного и профессионального роста.</p> <p>УК-3.4 Эффективно взаимодействует с другими членами профессиональной команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы профессиональной команды.</p>
			Профессиональная этика	<p>Знать:</p> <p>УК-3-31 особенности осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде</p> <p>УК-3-32 принципы и нормы этики, необходимые для осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-3-У1 работать в коллективе, эффективно выполнять задачи профессиональной деятельности;</p> <p>УК-3-У2 использовать принципы и нормы этики, необходимые для осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-3-В1 приемами взаимодействия с сотрудниками, выполняющими различные профессиональные задачи и обязанности;</p> <p>УК-3-В2 основами профессиональной этики, этикетными требованиями и навыками при осуществлении социального взаимодействия и реализации своей роли в команде</p>	
			Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	<p>Знать:</p> <p>УК-3-31 - способы осуществления социального взаимодействия в команде отдела рекламы и связей с общественностью;</p> <p>УК-3-32 - виды ролей в команде отдела рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь:</p>	

			<p>УК-3–У1 - определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели в отделе рекламы и связей с общественностью;</p> <p>УК-3–У2 - при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе в отделе рекламы и связей с общественностью учитывать особенности поведения и интересы других участников;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-3–В1 - навыками осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде в отделе рекламы и связей с общественностью;</p> <p>УК-3–В2 - навыками осуществления обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды в отделе рекламы и связей с общественностью.</p>	
		Внутрикорпоративные связи с общественностью	<p>Знать:</p> <p>УК-3–З1 - способы осуществления социального взаимодействия в команде внутри корпорации;</p> <p>УК-3–З2 - виды ролей в команде внутри корпорации;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-3–У1 - определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе внутри корпорации, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p>УК-3–У2 - при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе внутри корпорации учитывать особенности поведения и интересы других участников;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-3–В1 - методами осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде в отделе рекламы и связей с общественностью;</p> <p>УК-3–В2 - навыками осуществления обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды в отделе рекламы и связей с общественностью.</p>	
		Психология массовых коммуникаций	<p>Знать:</p> <p>УК-3–З1 - способы осуществления социального взаимодействия в команде и их психологические основы;</p> <p>УК-3–З2 - виды ролей в команде с позиции психологии;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-3–У1 - определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели с позиции психологии;</p> <p>УК-3–У2 - при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывать особенности поведения и интересы других участников с позиции психологии;</p> <p>УК-3–У3- анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого с позиции психологии;</p> <p>УК-3–У4- осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды с позиции психологии;</p> <p>УК-3–У5- оценивать идеи других членов команды для достижения поставленной цели с позиции психологии;</p> <p>Владеть:</p>	

				УК-3-В1 – навыками осуществлять социальное взаимодействие и реализовать свою роль в команде с учетом психологических особенностей.	
		Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика		Знать: УК-3-31 - принципы социального взаимодействия в коллективе УК-3-32 - принципы распределения ролей в команде и в коллективе Уметь: УК-3-У1 - взаимодействовать с вышестоящими и равными по статусу сотрудниками УК-3-У2 - реализовывать профессиональную деятельность во взаимодействии с руководителем и другими сотрудниками Владеть: УК-3-В1 - способами перераспределения ролей в команде УК-3-В2 - способами социального взаимодействия в команде	
		Производственная практика: профессионально-творческая практика		Знать: УК-3-31 - способы осуществления социального взаимодействия в команде; УК-3-32 - виды ролей в команде; Уметь: УК-3-У1 - определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; УК-3-У2 - анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого; Владеть: УК-3-В1 - навыками осуществлять социальное взаимодействие; УК-3-В2 - навыками реализовать свою роль в команде;	
		Производственная практика: проектная практика		Знать: УК-3-31 - способы осуществления социального взаимодействия в команде; УК-3-32 - виды ролей в команде; Уметь: УК-3-У1 - определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; УК-3-У2 - анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого; Владеть: УК-3-В1 - навыками осуществлять социальное взаимодействие; УК-3-В2 - навыками реализовать свою роль в команде;	
		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена		Знать: УК-3-31 - способы осуществления социального взаимодействия в команде; УК-3-32 - виды ролей в команде; Уметь: УК-3-У1 - определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;	

				<p>УК-3–У2 - анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-3–В1 - навыками осуществлять социальное взаимодействие;</p> <p>УК-3–В2 - навыками реализовать свою роль в команде;</p>	
			Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	<p>Знать:</p> <p>УК-3–31 - способы осуществления социального взаимодействия в команде;</p> <p>УК-3–32 - виды ролей в команде;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-3–У1- определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p>УК-3–У2 - анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-3–В1 - навыками осуществлять социальное взаимодействие;</p> <p>УК-3–В2 - навыками реализовать свою роль в команде;</p>	
УК-4	Коммуникация	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Иностранный язык	<p>Знать:</p> <p>УК-4-31 общую, деловую и профессиональную лексику иностранного языка в объеме, необходимом для общения, чтения и перевода (со словарем) иноязычных текстов профессиональной направленности.</p> <p>УК-4-32 основные грамматические структуры литературного и разговорного языка.</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-4-У1 воспринимать, анализировать, передавать и обобщать информацию в устной форме на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в профессиональной деятельности.</p> <p>УК-4-У2 составлять деловые письма применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности.</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-4-В1 навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном, деловом и профессиональном общении на иностранном языке.</p> <p>УК-4-В2 навыками речевой деятельности (чтение, письмо, говорение, аудирование) на иностранном языке.</p>	<p>УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>УК-4.2 Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках при организации деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках с партнерами в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>УК-4.4 Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры в профессиональной команде на государственном и иностранном (-ых) языках.</p> <p>УК-4.5 Демонстрирует умение</p>
			Русский язык и культура речи	<p>Знать:</p> <p>УК-4-31 основы владения правилами и нормами современного русского литературного языка и культуры речи</p> <p>УК-4-32 правила подготовки к публичному выступлению (выбор темы, цель речи, поиск материала, начало, развертывание и завершение речи)</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-4-У1 строить устную и письменную речь, опираясь на законы логики, аргументированно и ясно излагать собственное мнение.</p> <p>УК-4-У2 самостоятельно работать с текстами деловых бумаг.</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-4-В1 нормами устной и письменной литературной речи.</p>	

				УК-4-В2 навыками публичного выступления с четко выстроенной системой аргументации.	выполнять перевод академических текстов с иностранного (-ых) на государственный язык при составлении документации в сфере рекламы и связей с общественностью.
		Основы теории коммуникаций	<p>Знать:</p> <p>УК-4-31 - характерные черты деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);</p> <p>УК-4-32 - стили общения на русском языке и иностранном(ых) языке(ах);</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-4-У1 - выбирать стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; вести деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем;</p> <p>УК-4-У2 - адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; вести деловую переписку на иностранном(ых) языке(ах) с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий;;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-4-В1 - навыками публично выступать на русском языке, строить свое выступление с учетом аудитории и цели общения;</p> <p>УК-4-В2 - навыками устно представлять результаты своей деятельности на иностранном(ых) языке(ах), поддерживать разговор в ходе совместного обсуждения.</p>		
		Теория и практика массовой информации	<p>Знать:</p> <p>УК-4-31 - характерные черты деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) при взаимодействии со СМИ;</p> <p>УК-4-32 - стили общения на русском языке и иностранном(ых) языке(ах) при взаимодействии со СМИ;</p> <p>УК-4-33 - особенности стилистики официальных и неофициальных писем, в том числе со СМИ;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-4-У1 - выбирать стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства при взаимодействии со СМИ;</p> <p>УК-4-У2 - адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия со СМИ;</p> <p>УК-4-У3 - вести деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем при взаимодействии со СМИ;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-4-В1 навыками публичного выступления на русском языке, строить свое выступление с учетом аудитории и цели общения;</p> <p>УК-4-В2 навыками перевода официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный (ые) для ссылок в материалах СМИ;</p> <p>УК-4-В3 навыками устно и письменно представлять результаты своей деятельности на иностранном(ых) языке(ах) в виде текстов для СМИ, поддерживать разговор в ходе совместного обсуждения актуальных тем.</p>		
		Реклама в коммуникационном процессе	<p>Знать:</p> <p>УК-4-31 - характерные черты деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и</p>		

			<p>иностранном(ых) языке(ах) в рекламной коммуникации; УК-4-32 - стили общения на русском языке и иностранном(ых) языке(ах) в рекламной коммуникации; УК-4-33 - особенности стилистики официальных и неофициальных писем в рекламной коммуникации; Уметь: УК-4-У1 - выбирать стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства в рекламной коммуникации; УК-4-У2 - адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия в рекламной коммуникации; УК-4 - У3 - вести деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем в рекламной коммуникации; УК-4 - У4 - вести деловую переписку на иностранном(ых) языке(ах) с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий в рекламной коммуникации; УК-4 - У5 - выполнять для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный (ые) и использовать их в рекламной коммуникации; Владеть: УК-4-В1 – навыками публично выступать на русском языке, строить свое выступление с учетом аудитории и цели общения в рекламной коммуникации; УК-4-В2 – навыками устно представлять результаты своей деятельности на иностранном(ых) языке(ах), поддерживать разговор в ходе совместного обсуждения в рекламной коммуникации.</p>	
		Иностранный язык в профессиональной сфере	<p>Знать: УК-4-31 общую, деловую и профессиональную лексику иностранного языка в объеме, необходимом для общения, чтения и перевода (со словарем) иноязычных текстов профессиональной направленности; УК-4-32 основные грамматические структуры литературного и разговорного языка. Уметь: УК-4-У1 воспринимать, анализировать, передавать и обобщать информацию в устной форме на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в профессиональной деятельности; УК-4-У2 составлять деловые письма применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности. Владеть: УК-4-В1 навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном, деловом и профессиональном общении на иностранном языке; УК-4-В2 навыками речевой деятельности (чтение, письмо, говорение, аудирование) на иностранном языке.</p>	
		Деловое общение	<p>Знать: УК-4-31 - характерные черты деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);</p>	

				<p>УК-4-32 - стили общения на русском языке и иностранном(ых) языке(ах); Уметь: УК-4-У1 -выбирать стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; УК-4-У2 -адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; Владеть: УК-4-В1 - навыками публично выступать на русском языке, строить свое выступление с учетом аудитории и цели общения; УК-4-В2 - навыками устно представлять результаты своей деятельности на иностранном(ых) языке(ах), поддержать разговор в ходе совместного обсуждения.</p>	
			<p>Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика</p>	<p>Знать: УК-4-31 правила и принципы осуществления устной деловой коммуникации УК-4-32 правила и принципы осуществления письменной деловой коммуникации Уметь: УК-4-У1 составлять необходимые документы в рамках осуществления профессиональной деятельности УК-4-У2 вести переговоры с руководителем и сотрудниками в рамках профессиональной деятельности Владеть: УК-4-В1 системой норм русского языка УК-4-В2 системой норм деловой коммуникации</p>	
			<p>Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена</p>	<p>Знать: УК-4-31 - характерные черты деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах); УК-4-32 - стили общения на русском языке и иностранном(ых) языке(ах); Уметь: УК-4-У1 -выбирать стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; УК-4-У2 -адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; Владеть: УК-4-В1 - навыками публично выступать на русском языке, строить свое выступление с учетом аудитории и цели общения; УК-4-В2 - навыками устно представлять результаты своей деятельности на иностранном(ых) языке(ах), поддержать разговор в ходе совместного обсуждения.</p>	
			<p>Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>	<p>Знать: УК-4-31 - характерные черты деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах); УК-4-32 - стили общения на русском языке и иностранном(ых) языке(ах); Уметь: УК-4-У1 -выбирать стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; УК-4-У2 -адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям</p>	

				<p>взаимодействия;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-4–В1 - навыками публично выступать на русском языке, строить свое выступление с учетом аудитории и цели общения;</p> <p>УК-4–В2 - навыками устно представлять результаты своей деятельности на иностранном(ых) языке(ах), поддержать разговор в ходе совместного обсуждения.</p>	
УК-5	Межкультурное взаимодействие	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Философия	<p>Знать:</p> <p>УК-5-31 основные философские понятия и категории, закономерности;</p> <p>УК-5-32 закономерности функционирования человека, природы и общества.</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-5-У1 критически воспринимать, анализировать и оценивать информацию, факторы и механизмы развития природы, межкультурного разнообразия</p> <p>УК-5-У2 выявлять закономерности функционирования человека, природы и общества в социально-историческом и этическом контекстах.</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-5-В1 навыками работать с различными массивами информации в профессиональной деятельности;</p> <p>УК-5-В2 навыками философского мышления и логики для формулировки аргументированных суждений и умозаключений в профессиональной деятельности.</p>	<p>УК-5.1 Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.</p> <p>УК-5.2 Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения.</p> <p>УК-5.3 Умеет недискриминационно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.</p>
			История России, (история всеобщая история)	<p>Знать:</p> <p>УК-5-31 место и роль России в мировой истории и в современном мире.</p> <p>УК-5-32 основные исторические события и процессы.</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-5-У1 ориентироваться в мировом историческом процессе.</p> <p>УК-5-У2 критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений.</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-5-В1 навыками всесторонней и объективной оценки исторических событий и процессов.</p> <p>УК-5-В2 навыками формулирования своих мировоззренческих взглядов и принципов, соотнесения их с исторически возникшими мировоззренческими системами, идеологическими теориями.</p>	
			История отечественной и зарубежной культуры	<p>Знать:</p> <p>УК-5-31 основные философские понятия и категории, закономерности;</p> <p>УК-5-32 закономерности функционирования человека, природы и общества.</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-5-У1 критически воспринимать, анализировать и оценивать информацию, факторы и механизмы развития природы, межкультурного разнообразия</p> <p>УК-5-У2 выявлять закономерности функционирования человека, природы и общества в социально-историческом и этическом контекстах.</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-5-В1 навыками работать с различными массивами информации в профессиональной деятельности;</p>	

				<p>УК-5-В2 навыками философского мышления и логики для формулировки аргументированных суждений и умозаключений в профессиональной деятельности.</p>	
			<p>Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика</p>	<p>Знать: УК-5-31 особенности межкультурного взаимодействия и способы преодоления коммуникативных барьеров; УК-5-32 принципы недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении; Уметь: УК-5-У1 отмечать и анализировать преимущества и возможные проблемные ситуации, обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем в процессе осуществления профессиональной деятельности; УК-5-У2 предлагать способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии; Владеть: УК-5-В1 навыками придерживаться принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении для выполнения поставленной цели в процессе осуществления профессиональной деятельности; УК-5-В2 навыками воспринимать межкультурное разнообразие общества в процессе осуществления профессиональной деятельности;</p>	
			<p>Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>	<p>Знать: УК-5-31 - специфику исторического подхода к рассмотрению явлений в сфере рекламы и связей с общественностью; УК-5-32 - важнейшие этапы становления и развития рекламы и связей с общественностью; Уметь: УК-5-У1 - анализировать влияние социальных, исторических и физико-географических факторов на основные тенденции в рекламе и связях с общественностью; УК-5-У2 - применять знание истории развития рекламы и связей с общественностью; Владеть: УК-5-В1 - навыками анализа факторов и условий, формирующих эстетические запросы человека; УК-5-В2 - основными методами исследования окружающих факторов;</p>	
УК-6	<p>Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение)</p>	<p>Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>Основы менеджмента</p>	<p>Знать: УК-6-31 знать понятие, закономерности, принципы, основные категории менеджмента и эволюции его теории и практики; УК-6-32 место и роль управления в профессиональной деятельности, его основные функции; Уметь: УК-6-У1 находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности; УК-6-У2 обусловить важность человеческого фактора в управлении, умения работать с людьми; Владеть: УК-6-В1 навыками применения принципов управления персоналом, стилей руководства, самоменеджмента;</p>	<p>УК-6.1. Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы при управлении в сфере рекламы и связей с общественностью. УК-6.2. Понимает важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.</p>

			<p>УК-6–В2 навыками принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности.</p>	<p>УК-6.3. Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и требований рынка труда.</p> <p>УК-6.4. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата при проектировании и реализации услуг.</p> <p>УК-6.5. Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>
	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	<p>Знать:</p> <p>УК-6–31 - основы принципов непрерывного образования для работы в отделе рекламы и связей с общественностью;</p> <p>УК-6–32 - инструменты и методы управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития для работы в отделе рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-6–У1 - определять приоритеты собственной деятельности, личного развития и профессионального роста в отделе рекламы и связей с общественностью;</p> <p>УК-6–У2 - оценивать требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста для работы в отделе рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-6–В1 - навыками управления личным временем и выстраивания и реализации траектории саморазвития для работы в отделе рекламы и связей с общественностью на основе принципов образования в течение всей жизни;</p> <p>УК-6–В2 - навыками использования инструментов и методов управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей в отделе по рекламе и связям с общественностью;</p>		
	Производственная практика: профессионально-творческая практика	<p>Знать:</p> <p>УК-6–31 формы управления организацией по рекламе и связям с общественностью в процессе решения практических задач;</p> <p>УК-6–32 технологии развития персонала, теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-6–У1 применять методы организации взаимодействия в организации в сфере рекламы и связей с общественностью, в процессе решения практических задач;</p> <p>УК-6–У2 составлять планы по развитию деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, в условиях параметров организации и потребностей потребителей;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-6–В1 навыками управления и планирования деятельности отделов и организаций в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>УК-6–В2 методами разработки процесса коммуникации, с учетом требований государства и потребителя для реализации услуг в сфере рекламы и связей с общественностью;</p>		
	Производственная практика: проектная практика	<p>Знать:</p> <p>УК-6–31 формы управления организацией по рекламе и связям с общественностью в процессе решения практических задач;</p> <p>УК-6–32 технологии развития персонала, теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь:</p>		

				<p>УК-6-У1 применять методы организации взаимодействия в организации в сфере рекламы и связей с общественностью, в процессе решения практических задач;</p> <p>УК-6-У2 составлять планы по развитию деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, в условиях параметров организации и потребностей потребителей;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-6-В1 навыками управления и планирования деятельности отделов и организаций в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>УК-6-В2 методами разработки процесса коммуникации, с учетом требований государства и потребителя для реализации услуг в сфере рекламы и связей с общественностью;</p>	
			Подготовка к сдаче государственного экзамена	<p>Знать:</p> <p>УК-6-31 - формы управления организацией по рекламе и связям с общественностью в процессе решения практических задач;</p> <p>УК-6-32 - технологии развития персонала, теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-6-У1 - применять методы организации взаимодействия в организации в сфере рекламы и связей с общественностью, в процессе решения практических задач;</p> <p>УК-6-У2 - составлять планы по развитию деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, в условиях параметров организации и потребностей потребителей;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-6-В1 - навыками управления и планирования деятельности отделов и организаций в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>УК-6-В2 - методами разработки процесса коммуникации, с учетом требований государства и потребителя для реализации услуг в сфере рекламы и связей с общественностью;</p>	
			Подготовка к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы	<p>Знать:</p> <p>УК-6-31 - формы управления организацией по рекламе и связям с общественностью в процессе решения практических задач;</p> <p>УК-6-32 - технологии развития персонала, теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-6-У1 - применять методы организации взаимодействия в организации в сфере рекламы и связей с общественностью, в процессе решения практических задач;</p> <p>УК-6-У2 - составлять планы по развитию деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, в условиях параметров организации и потребностей потребителей;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-6-В1 - навыками управления и планирования деятельности отделов и организаций в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>УК-6-В2 - методами разработки процесса коммуникации, с учетом требований государства и потребителя для реализации услуг в сфере рекламы и связей с общественностью;</p>	

УК-7	Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. Здоровьесбережение)	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Физическая культура и спорт	<p>Знать:</p> <p>УК-7-31 значение физической культуры в формировании общей культуры личности приобщении к общечеловеческим ценностям и здоровому образу жизни, укреплении здоровья человека, профилактике вредных привычек, ведении здорового образа жизни средствами физической культуры в процессе физкультурно-спортивных занятий.</p> <p>УК-7-32 научные основы биологии, физиологии, теории и методики педагогики и практики физической культуры и здорового образа жизни; содержание и направленность различных систем физических упражнений, их оздоровительную и развивающую эффективность.</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-7-У1 учитывать индивидуальные особенности физического, гендерного возрастного и психического развития занимающихся и применять их во время регулярных занятий физическими упражнениями.</p> <p>УК-7-У2. проводить самостоятельные занятия физическими упражнениями с общей развивающей, профессионально-прикладной и оздоровительно-корректирующей направленностью; составлять индивидуальные комплексы физических упражнений с различной направленностью.</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-7-В1 комплексом упражнений, направленных на укрепление здоровья, обучение двигательным действиям и развитие физических качеств; способами определения дозировки физической нагрузки и направленности физических упражнений.</p> <p>УК-7-В2 приемами страховки и способами оказания первой помощи во время занятий физическими упражнениями.</p>	<p>УК-7.1 Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни.</p> <p>УК-7.2 Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности.</p>
			Элективные дисциплины по физической культуре и спорту	<p>Знать:</p> <p>УК-7-31 значение физической культуры в формировании общей культуры личности приобщении к общечеловеческим ценностям и здоровому образу жизни, укреплении здоровья человека, профилактике вредных привычек, ведении здорового образа жизни средствами физической культуры в процессе физкультурно-спортивных занятий.</p> <p>УК-7-32 научные основы биологии, физиологии, теории и методики педагогики и практики физической культуры и здорового образа жизни; содержание и направленность различных систем физических упражнений, их оздоровительную и развивающую эффективность.</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-7-У1 учитывать индивидуальные особенности физического, гендерного возрастного и психического развития занимающихся и применять их во время регулярных занятий физическими упражнениями.</p> <p>УК-7-У2. проводить самостоятельные занятия физическими упражнениями с общей развивающей, профессионально-прикладной и оздоровительно-корректирующей направленностью; составлять индивидуальные комплексы физических упражнений с различной направленностью.</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-7-В1 комплексом упражнений, направленных на укрепление здоровья, обучение двигательным действиям и развитие физических качеств; способами определения дозировки физической нагрузки и направленности физических упражнений.</p>	

				<p>УК-7-В2 приемами страховки и способами оказания первой помощи во время занятий физическими упражнениями.</p>	
			<p>Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>	<p>Знать: УК-7-31 - принципы поддержки оптимального физического состояния для обеспечения социальной и профессиональной деятельности. УК-7-32 - методы поддержки оптимального физического состояния для обеспечения социальной и профессиональной деятельности Уметь: УК-7-У1 - поддерживать должный уровень активности УК-7-У2 - корректировать и контролировать должный уровень активности Владеть: УК-7-В2 - методами физической культуры УК-7-В2 - средствами физической культуры</p>	
УК-8	Безопасность жизнедеятельности	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	Безопасность жизнедеятельности	<p>Знать: УК-8-31 основные понятия и определения, используемыми в сфере безопасности рекламы и связей с общественностью; основные виды опасностей и рисков, возникающих в рекламе и связях с общественностью; УК-8-32 правовую базу и нормативные документы по регулированию безопасности в рекламе и связях с общественностью; Уметь: УК-8-У1 обеспечить безопасность при предоставлении услуг в рекламе и связях с общественностью; УК-8-У2 создавать комфортное (нормативное) состояние в рекламе и связях с общественностью; Владеть: УК-8-В1 законодательными и правовыми актами в области безопасности в рекламе и связях с общественностью; требованиями к безопасности технических регламентов в сфере профессиональной деятельности; УК-8-В2 понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности в рекламе и связях с общественностью;</p>	<p>УК-8.1 Обеспечивает безопасные и/или комфортные условия труда на рабочем месте. УК-8.2 Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте. УК-8.3 Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте. УК-8.4 Принимает участие в спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятиях в случае возникновения чрезвычайных ситуаций.</p>
			Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика	<p>Знать: УК-8-31 - требования техники безопасности при осуществлении профессиональной деятельности и организации массовых мероприятий; УК-8-32 - правила поведения при чрезвычайных ситуациях, возникающих во время осуществления профессиональной деятельности либо процесса организации массовых мероприятий; Уметь: УК-8-У1 - идентифицировать опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой деятельности; УК-8-У2 - выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; Владеть: УК-8-В1 - навыками предлагать мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций; УК-8-В2 - навыками создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций;</p>	
			Подготовка к	Знать:	

			<p>процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>	<p>УК-8-31 - основные концепции природных и техногенных рисков и кризисов, основы безопасности жизнедеятельности, принципы сохранения природной среды</p> <p>УК-8-32 - правила поведения в чрезвычайных ситуациях и военных конфликтах</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-8-У1 - создавать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности</p> <p>УК-8-У2 - поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-8-В1 - способами поддержания безопасности жизнедеятельности</p> <p>УК-8-В2 - способами контроля за безопасностью жизнедеятельности в профессиональной и социальной среде</p>	
УК-9	<p>Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность</p>	<p>Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>Экономика</p>	<p>Знать:</p> <p>УК-9-31 основные принципы принятия обоснованных экономических решений в деятельности предприятия;</p> <p>УК-9-32 основные экономические категории для принятия обоснованных экономических решений при организации деятельности предприятия;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-9-У1 анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания) и культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для принятия решений при организации деятельности предприятия;</p> <p>УК-9-У2 определять основные взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-9-В1 навыками оценки взаимосвязей между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия;</p> <p>УК-9-В2 приемами поиска, систематизации и свободного изложения материала для осуществления экономической деятельности предприятия.</p>	<p>УК-9.1 Находит и критически анализирует информацию о экономически выгодных решениях в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>УК-9.2 Рассматривает различные методы отбора экономических решений, оценивая их достоинства и недостатки с целью привлечения потенциальных потребителей.</p> <p>УК-9.3 Определяет и оценивает практические последствия возможных методов сбора информации о результатах экономической деятельности организации в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>
			<p>Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе</p>	<p>Знать:</p> <p>УК-9-31 основные принципы принятия обоснованных экономических решений в деятельности предприятия;</p> <p>УК-9-32 основные экономические категории для принятия обоснованных экономических решений при организации деятельности предприятия;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-9-У1 анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания) и культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для принятия решений при организации деятельности предприятия;</p> <p>УК-9-У2 определять основные взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-9-В1 навыками оценки взаимосвязей между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия;</p>	

				<p>УК-9-В2 приемами поиска, систематизации и свободного изложения материала для осуществления экономической деятельности предприятия.</p>	
			<p>Технологии PR- продвижения товаров и услуг в социальных сетях</p>	<p>Знать: УК-9-31 основные принципы принятия обоснованных экономических решений в деятельности предприятия; УК-9-32 основные экономические категории для принятия обоснованных экономических решений при организации деятельности предприятия; Уметь: УК-9-У1 анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания) и культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для принятия решений при организации деятельности предприятия; УК-9-У2 определять основные взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия; Владеть: УК-9-В1 навыками оценки взаимосвязей между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия; УК-9-В2 приемами поиска, систематизации и свободного изложения материала для осуществления экономической деятельности предприятия.</p>	
			<p>Фирменный стиль</p>	<p>Знать: УК-9-31 основные принципы принятия обоснованных экономических решений в деятельности предприятия; УК-9-32 основные экономические категории для принятия обоснованных экономических решений при организации деятельности предприятия; Уметь: УК-9-У1 анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания) и культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для принятия решений при организации деятельности предприятия; УК-9-У2 определять основные взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия; Владеть: УК-9-В1 навыками оценки взаимосвязей между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия; УК-9-В2 приемами поиска, систематизации и свободного изложения материала для осуществления экономической деятельности предприятия.</p>	
			<p>Коммерческая реклама в печати, на радио и ТВ</p>	<p>Знать: УК-9-31 основные принципы принятия обоснованных экономических решений в деятельности предприятия; УК-9-32 основные экономические категории для принятия обоснованных экономических решений при организации деятельности предприятия; Уметь: УК-9-У1 анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания) и культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для принятия решений при организации деятельности предприятия;</p>	

				<p>УК-9-У2 определять основные взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-9-В1 навыками оценки взаимосвязей между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений при организации деятельности предприятия;</p> <p>УК-9-В2 приемами поиска, систематизации и свободного изложения материала для осуществления экономической деятельности предприятия.</p>	
			Производственная практика: проектная практика	<p>Знать:</p> <p>УК-9-31 понятие экономического решения в организациях рекламы и связей с общественностью;</p> <p>УК-9-32 обоснования для экономического решения в организациях рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-9-У1 применять методы отбора для экономического решения в организациях рекламы и связей с общественностью;</p> <p>УК-9-У2 принимать обоснованные экономические решения с учетом направленности организаций рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-9-В1 - методами отбора для экономического решения в организациях рекламы и связей с общественностью по результатам деятельности;</p> <p>УК-9-В2 - методами сбора информации о результатах экономической деятельности организаций рекламы и связей с общественностью;</p>	
			Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	<p>Знать:</p> <p>УК-9-31 понятие экономического решения в организациях рекламы и связей с общественностью;</p> <p>УК-9-32 обоснования для экономического решения в организациях рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-9-У1 применять методы отбора для экономического решения в организациях рекламы и связей с общественностью;</p> <p>УК-9-У2 принимать обоснованные экономические решения с учетом направленности организаций рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-9-В1 - методами отбора для экономического решения в организациях рекламы и связей с общественностью по результатам деятельности;</p> <p>УК-9-В2 - методами сбора информации о результатах экономической деятельности организаций рекламы и связей с общественностью;</p>	
УК-10	Гражданская позиция	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью	<p>Знать:</p> <p>УК-10-31 положения российского антикоррупционного законодательства, признаки деяний коррупционной направленности, причины, содействующие их совершению, а также способы их выявления и предотвращения;</p> <p>УК-10-32 сущность профессиональной деформации.</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-10-У1 анализировать социальные процессы и явления на предмет выявления у них коррупционных факторов;</p> <p>УК-10-У2 выявлять и давать оценку коррупционного поведения и содействовать его пресечению.</p>	<p>УК-10.1 Анализирует правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности,</p> <p>УК-10.2 Формирует собственные суждения и оценки в способах профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней.</p> <p>УК-10.3 Определяет и оценивает практическую пользу от организации мероприятий, обеспечивающих</p>

				<p>Владеть: УК-10-B1 навыками выявления и оценки коррупционного поведения; УК-10-B2 навыками разработки мер предупреждения данных правонарушений, а также устранения причин и условий, способствующие их совершению.</p>	<p>формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе</p>
		Современная пресс-служба	<p>Знать: УК-10-31 правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; УК-10-32 способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней; Уметь: УК-10-У1 планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе; УК-10-У2 проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе; Владеть: УК-10-B1 навыками соблюдения правил общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции; УК-10-B2 навыками контроля соблюдения правил общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции;</p>		
		Производственная практика: профессионально-творческая практика	<p>Знать: УК-10-31 правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности УК-10-32 способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней Уметь: УК-10-У1 планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе УК-10-У2 проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе Владеть: УК-10-B1 навыками соблюдения правил общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции УК-10-B2 навыками контроля соблюдения правил общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции</p>		
		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	<p>Знать: УК-10-31 правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности УК-10-32 способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней Уметь: УК-10-У1 планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе УК-10-У2 проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе Владеть: УК-10-B1 навыками соблюдения правил общественного взаимодействия</p>		

				на основе нетерпимого отношения к коррупции УК-10-В2 навыками контроля соблюдения правил общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции	
--	--	--	--	--	--

4.2. Выпускник по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью с квалификацией (степенью) «бакалавр» должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код компетенции	Категория компетенций	Формулировка компетенции	Наименование дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Результаты обучения	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-1	Продукт профессиональной деятельности	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Русский язык и культура речи	Знать: ОПК-1-31 - виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1-32 - нормы русского и иностранного языков; Уметь: ОПК-1-У1 - создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков; ОПК-1-У2 - анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем; Владеть: ОПК-1-В1 - методами создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-1-В2 - способностью устно и письменно представлять результаты своей деятельности на иностранном(ых) языке(ах) в виде текстов для СМИ, поддержать разговор в ходе совместного обсуждения актуальных тем.	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
			Теория и практика массовой информации	Знать: ОПК-1-31 - виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1-32 - нормы русского и иностранного языков; ОПК-1-33- особенности иных знаковых систем; Уметь: ОПК-1-У1 - создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков;	

				<p>ОПК-1–У2 - анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем; Владеть: ОПК-1–В1 – навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем</p>	
			Работа с медиатекстами	<p>Знать: ОПК-1–31 - виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1–32 - нормы русского и иностранного языков при работе с медиатекстами; ОПК-1–33- особенности иных знаковых систем, использующихся в работе с медиатекстами; Уметь: ОПК-1–У1 - создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков; ОПК-1–У2 - анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем и их использование при подготовке медиатекста и (или) медиапродукта; Владеть: ОПК-1–В1 – навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	
			Внутрикорпоративные связи с общественностью	<p>Знать: ОПК-1–31 - виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1–32 - нормы русского и иностранного языков при работе с медиатекстами; Уметь: ОПК-1–У1 - создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков; ОПК-1–У2 - анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем и их использование при подготовке медиатекста и (или) медиапродукта; Владеть: ОПК-1–В1 - способами создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем внутри корпорации. ОПК-1–В2 - методами исследования теоретических проблем и практических задач в области связей с общественностью для достижения согласия и цивилизованных отношений между государством, бизнесом и гражданским обществом.</p>	
			Копирайтинг	<p>Знать: ОПК-1–31 - виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или)</p>	

				<p>коммуникационных продуктов в копирайтинге; ОПК-1-32 - нормы русского и иностранного языков; Уметь: ОПК-1-У1 - создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков в копирайтинге; ОПК-1-У2 - анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем; Владеть: ОПК-1-В1 - навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем в копирайтинге; ОПК-1-В2 - навыками сбора информации, разработки тем, написания различных видов рекламных текстов и текстов внутреннего сопровождения рекламной кампании.</p>	
			<p>Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика</p>	<p>Знать: ОПК-1-31 виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-1-32 нормы русского и иностранного языков, а также особенности иных знаковых систем, используемых в профессиональной деятельности; Уметь: ОПК-1-У1 создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков; ОПК-1-У2 анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем; Владеть: ОПК-1-В1 навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков; ОПК-1-В2 навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с особенностями иных знаковых систем;</p>	
			<p>Производственная практика: профессионально-творческая практика</p>	<p>Знать: ОПК-1-31 - виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1-32 - нормы русского и иностранного языков и особенности иных знаковых систем; Уметь: ОПК-1-У1 - создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков; ОПК-1-У2 - анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем; Владеть: ОПК-1-В1 - навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты в соответствии с</p>	

				<p>нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем; ОПК-1–В2 – навыками создавать востребованные обществом и индустрией коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем;</p>	
		Производственная практика: проектная практика		<p>Знать: ОПК-1–31 -виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1–32 - нормы русского и иностранного языков и особенности иных знаковых систем; Уметь: ОПК-1–У1 - создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков; ОПК-1–У2 - анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем; Владеть: ОПК-1–В1 – навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем; ОПК-1–В2 – навыками создавать востребованные обществом и индустрией коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем;</p>	
		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена		<p>Знать: ОПК-1–31 -виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1–32 - нормы русского и иностранного языков и особенности иных знаковых систем; Уметь: ОПК-1–У1 - создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков; ОПК-1–У2 - анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем; Владеть: ОПК-1–В1 – навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем; ОПК-1–В2 – навыками создавать востребованные обществом и индустрией коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем;</p>	
		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы		<p>Знать: ОПК-1–31 -виды медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1–32 - нормы русского и иностранного языков и особенности иных знаковых систем; Уметь: ОПК-1–У1 - создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или)</p>	

				<p>коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков; ОПК-1–У2 - анализировать востребованные обществом особенности знаковых систем; Владеть: ОПК-1–В1 – навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем; ОПК-1–В2 – навыками создавать востребованные обществом и индустрией коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем;</p>	
ОПК-2	Общество и государство	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Социология	<p>Знать: ОПК-2–31 тенденции развития общественных и государственных институтов, способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью; ОПК-2–32 способы освещения в создаваемых медиатекстах тенденций развития общественных и государственных институтов способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью; Уметь: ОПК-2–У1 выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью; ОПК-2–У2 учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов, способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью; Владеть: ОПК-2–В1 методами выявления тенденций развития общественных и государственных институтов, способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью; ОПК-2–В2 способами освещения в создаваемых медиатекстах тенденций развития общественных и государственных институтов способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью;</p>	<p>ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p>
			Психология	<p>Знать: ОПК-2–31 - предмет, объект, задачи и методы психологии. когнитивные, поведенческие и эмоциональные аспекты рекламного воздействия; структуру потребностей и мотивы с позиции рекламного дела, установки и стереотипы в рекламной практике; ОПК-2–32 - теорию и методику психотехнического анализа рекламы; психотехнологии рекламных средств без обратной связи и с обратной связи; психотехнологии рекламного текста без обратной связи; суггестивные психотехнологии в рекламе; Уметь: ОПК-2–У1 - выявлять возможные стереотипы потенциальных покупателей, корректировать стереотипы с помощью рекламного воздействия; проводить «мозговой штурм»; формировать покупательское поведение под влиянием рекламного кампании ОПК-2–У2 - формировать образ товара; использовать в исследовании потребительских интересов метод фокус-групп.</p>	

				<p>Владеть: ОПК-2–В1 - навыками по организации и планированию рекламной деятельности ОПК-2–В2 - методами анализа рекламных продуктов; методами и приемами психологии рекламы.</p>	
			Политология	<p>Знать: ОПК-2–31 - тенденции развития общественных и государственных институтов, способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью; ОПК-2–32 - роль государства в политической системе, связь правового государства и гражданского общества Уметь: ОПК-2–У1 - выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью; ОПК-2–У2 - учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов, способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью; Владеть: ОПК-2–В1 - конкретными политологическими, историко-правовыми сведениями, знаниями, помогающими быть компетентными в этой сфере общественной жизни; ОПК-2–В2 - элементарными методами проведения политологических исследований;</p>	
			Основы рекламы и связей с общественностью	<p>Знать: ОПК-2–31 - тенденции развития общественных и государственных институтов, способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью; ОПК-2–32 - особенности организации рекламы и связей с общественностью для разных сфер бизнеса; Уметь: ОПК-2–У1 - выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью; ОПК-2–У2 - учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов, способствующих развитию коммуникации, рекламы и связей с общественностью; Владеть: ОПК-2–В1 - методами организации рекламы и связей с общественностью ОПК-2–В2 - навыками формирования и продвижения корпоративного имиджа</p>	
			Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью	<p>Знать: ОПК-2–31 - правовые основы регулирования рекламной и PR деятельности, законодательства, регулирующего информационную и рекламную деятельность в России и за рубежом ОПК-2–32 - правовые положения участников рекламной и PR деятельности, содержание основных договоров, связанных с производством и распространением информации. Уметь: ОПК-2–У1 - выявлять тенденции развития общественных и</p>	

				<p>государственных институтов и их влияние на развитие правового поля в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>ОПК-2–У2 - учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов и их влияние на развитие правового поля в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть:</p> <p>ОПК-2–В1 - навыками практического применения законодательства об информации, рекламе</p> <p>ОПК-2–В2 - навыками проведения правового анализа при принятии решений в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	
		Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика		<p>Знать:</p> <p>ОПК-2–31 тенденции развития общественных институтов;</p> <p>ОПК-2–32 тенденции развития государственных институтов;</p> <p>Уметь:</p> <p>ОПК-2–У1 учитывать тенденции развития общественных институтов при создании медиатекстов или медиапродуктов;</p> <p>ОПК-2–У2 учитывать тенденции развития государственных институтов при создании медиатекстов или медиапродуктов;</p> <p>Владеть:</p> <p>ОПК-2–В1 способами разностороннего освещения тенденция развития общественных институтов;</p> <p>ОПК-2–В2 способами разностороннего освещения тенденция развития государственных институтов;</p>	
		Производственная практика: профессионально-творческая практика		<p>Знать:</p> <p>ОПК-2–31 - тенденции развития общественных институтов;</p> <p>ОПК-2–32 - тенденции развития государственных институтов;</p> <p>Уметь:</p> <p>ОПК-2–У1 - выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов;</p> <p>ОПК-2–У2 - учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов;</p> <p>Владеть:</p> <p>ОПК-2–В1 – навыками учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктов;</p> <p>ОПК-2–В2- навыками учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых коммуникационных продуктах;</p>	
		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена		<p>Знать:</p> <p>ОПК-2–31 - тенденции развития общественных институтов;</p> <p>ОПК-2–32 - тенденции развития государственных институтов;</p> <p>Уметь:</p> <p>ОПК-2–У1 - выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов;</p> <p>ОПК-2–У2 - учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов;</p> <p>Владеть:</p> <p>ОПК-2–В1 - навыками учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктов;</p>	

				<p>ОПК-2–В2 - навыками учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых коммуникационных продуктах;</p>	
			<p>Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>	<p>Знать: ОПК-2–31 - тенденции развития общественных институтов; ОПК-2–32 - тенденции развития государственных институтов; Уметь: ОПК-2–У1 - выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов; ОПК-2–У2 - учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов; Владеть: ОПК-2–В1 - навыками учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктов; ОПК-2–В2 - навыками учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых коммуникационных продуктах;</p>	
ОПК-3	Культура	<p>Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>История отечественной и зарубежной культуры</p>	<p>Знать: ОПК-3-31 понятие «культура», сущность, функции и типологию культуры; основные культурологические школы, представители культурологической мысли, в том числе отечественной, основное содержание их концепций основные виды искусства, его современную классификацию, художественные эпохи, направления, течения и стили; ОПК-3-32 значение сохранения самобытности русской культуры и необходимость для современной цивилизации тесного взаимодействия культур Запада, Востока, России; значение культуры для развития, сохранения человеческого общества и каждой личности; место и роль России в существующем диалоге культур, основные этапы и особенности развития русской культуры, основные тенденции, закономерности и проблемы развития культуры XX века. Уметь: ОПК-3-У1 различать массовую и элитарную культуру и осознавать значение каждой в развитии современного человека; видеть и понимать существующую взаимосвязь культурологической, философской, исторической и т. д. мысли; различать произведения искусства (к какой художественной эпохе, направлению, течению, стилю они относятся); ОПК-3-У2 формировать представление о культуре как способе жизнедеятельности человека и общества; анализировать развитие исторических типов культуры; выявлять динамику ценностных ориентиров человека через его картину мира; Владеть: ОПК-3-В1 способами использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-3-В2 способами использования приобретённых знаний и умений в практической деятельности и повседневной жизни для того, чтобы знать главные составляющие культуры, основные виды искусства, их современную классификацию, художественные эпохи, направления, течения и стили, ярких представителей науки и искусства.</p>	<p>ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>

			Социология массовых коммуникаций	<p>Знать: ОПК-3-31 - социологические основы достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов;</p> <p>Уметь: ОПК-3-У1 - анализировать социологические основы достижения отечественной и мировой культуры;</p> <p>ОПК-3-У2 - использовать социологические навыки для анализа многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов;</p> <p>Владеть: ОПК-3-В1 – навыками использовать социологические инструменты для анализа многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	
			Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика	<p>Знать: ОПК-3-31 достижения отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов;</p> <p>ОПК-3-32 достижения мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов;</p> <p>Уметь: ОПК-3-У1 Использовать многообразие достижений отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-3-У2 Использовать многообразие достижений мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;</p> <p>Владеть: ОПК-3-В1 Способами предъявления достижений отечественной культуры в медиатекстах и медиапродуктах</p> <p>ОПК-3-В2 Способами предъявления достижений мировой культуры в медиатекстах и медиапродуктах</p>	
			Производственная практика: проектная практика	<p>Знать: ОПК-3-31 - достижения отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов;</p> <p>ОПК-3-32 - достижения мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов;</p> <p>Уметь: ОПК-3-У1 - анализировать достижения отечественной и мировой культуры;</p> <p>ОПК-3-У2 - использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов;</p> <p>Владеть: ОПК-3-В1 - навыками использовать многообразие достижений</p>	

				отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-3-В2 - навыками использовать многообразие достижений мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;	
			Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	Знать: ОПК-3-31 - достижения отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-3-32 - достижения мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; Уметь: ОПК-3-У1 - анализировать достижения отечественной и мировой культуры; ОПК-3-У2 - использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов; Владеть: ОПК-3-В1 - навыками использовать многообразие достижений отечественной культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-3-В2 - навыками использовать многообразие достижений мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;	
ОПК-4	Аудитория	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Логика и теория аргументации	Знать: ОПК-4-31 - запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; ОПК-4-32 - особенности коммуникационной деятельности; Уметь: ОПК-4-У1 - выявлять запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности логическими методами; ОПК-4-У2 - аргументированно учитывать потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; Владеть: ОПК-4-В1 - навыками аргументированного ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности. ОПК-4-В1 - навыками решения различных логических задач и упражнений, четкого и ясного формулирования своих мыслей, построения выводов и доказательств, определений и классификаций, опровержения логически некорректных умозаключений.	ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
		Организация и проведение рекламных и PR кампаний в бизнесе	Знать: ОПК-4-31 - запросы и потребности общества и аудитории в рамках рекламной или PR-кампании; ОПК-4-32 - правила и принципы разработки стратегии и тактики PR-кампаний Уметь: ОПК-4-У1 - выявлять запросы общества и аудитории в рамках рекламной или PR-кампании; ОПК-4-У2 - учитывать потребности общества и аудитории в рамках		

				<p>рекламной или PR-кампании; Владеть: ОПК-4-B1 - навыками реагирования на запросы и потребности общества и аудитории в рамках рекламной или PR-кампании. ОПК-4-B2 - навыкам разработки, реализации и оценки эффективности кампаний в области связей с общественностью.</p>	
			Социология массовых коммуникаций	<p>Знать: ОПК-4-31 - социологические инструменты сбора информации по запросам и потребностям общества и аудитории в профессиональной деятельности; Уметь: ОПК-4-U1 - выявлять запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности с помощью социологических инструментов; ОПК-4-U2 - учитывать потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; Владеть: ОПК-4-B1 - навыками отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности с применением социологических инструментов.</p>	
			Основы управления общественным мнением	<p>Знать: ОПК-4-31 - основы управления общественным мнением ОПК-4-32 - запросы и потребности общественного мнения в профессиональной деятельности; Уметь: ОПК-4-U1 - выявлять запросы общественного мнения в профессиональной деятельности; ОПК-4-U2 - учитывать потребности общественного мнения в профессиональной деятельности; Владеть: ОПК-4-B1 - современными методами изучения общественного мнения. ОПК-4-B2 - навыками использования соответствующих технологий в профессиональной сфере деятельности, необходимыми для управления общественным мнением.</p>	
			Производственная практика: профессионально-творческая практика	<p>Знать: ОПК-4-31 соотнесение социологических данных с запросами общества; ОПК-4-32 соотнесение социологических данных потребностями общества и отдельных аудиторных групп; Уметь: ОПК-4-U1 использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах целевых аудиторий / групп общественности; ОПК-4-U2 учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью; Владеть: ОПК-4-B1 основными инструментами поиска информации о текущих запросах целевых аудиторий / групп общественности; ОПК-4-B2 навыками учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью;</p>	

			<p>Производственная практика: преддипломная практика</p>	<p>Знать: ОПК-4-31 - принципы соотнесения социологических данных с запросами общества; ОПК-4-32 - принципы соотнесения социологических данных с потребностями общества и отдельных аудиторных групп; Уметь: ОПК-4-У1 - использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах целевых аудиторий / групп общественности; ОПК-4-У2 - учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью; Владеть: ОПК-4-В1 - основными инструментами поиска информации о текущих запросах целевых аудиторий / групп общественности; ОПК-4-В2 - навыками учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью;</p>	
			<p>Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>	<p>Знать: ОПК-4-31 - принципы соотнесения социологических данных с запросами общества; ОПК-4-32 - принципы соотнесения социологических данных с потребностями общества и отдельных аудиторных групп; Уметь: ОПК-4-У1 - использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах целевых аудиторий / групп общественности; ОПК-4-У2 - учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью; Владеть: ОПК-4-В1 - основными инструментами поиска информации о текущих запросах целевых аудиторий / групп общественности; ОПК-4-В2 - навыками учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью;</p>	
ОПК-5	Медиа-коммуникационная система	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Политология	<p>Знать: ОПК-5-31 - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющих на развитие коммуникаций, рекламы и связей с общественностью; ОПК-5-32 - политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира, влияющие на развитие коммуникаций, рекламы и связей с общественностью; Уметь: ОПК-5-У1 - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, их влияние на развитие коммуникаций, рекламы и связей с общественностью; ОПК-5-У2 - сравнивать различные политические системы и режимы, выявлять особые цели и интересы политических и социальных групп, групп лоббирования, политических партий и движений; анализировать (используя средства массовой информации) внутренние и международные политические события, прогнозировать их в русле российских интересов.</p>	<p>ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>

				<p>Владеть: ОПК-5-B1 - определенной системой эмпирических и теоретических представлений об основных проблемах политики как реального общественного явления, а также об историческом развитии политической мысли и о современных подходах к решению разного рода политических вопросов; ОПК-5-B2 - приемами краткосрочного и среднесрочного политического прогнозирования</p>	
			<p>Основы теории коммуникаций</p>	<p>Знать: ОПК-5-31 - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; ОПК-5-32 - политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира; Уметь: ОПК-5-У1 - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; ОПК-5-У2 - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; Владеть: ОПК-5-B1 терминологией и методами исследования коммуникативных процессов; ОПК-5-B2 навыками использования различных видов коммуникации в профессиональной деятельности.</p>	
			<p>Основы рекламы и связи с общественностью</p>	<p>Знать: ОПК-5-31 - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющих на развитие коммуникаций, рекламы и связей с общественностью; ОПК-5-32 - политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира, влияющие на развитие коммуникаций, рекламы и связей с общественностью; Уметь: ОПК-5-У1 - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, их влияние на развитие коммуникаций, рекламы и связей с общественностью; ОПК-5-У2 - выявлять социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы; Владеть: ОПК-5-B1 - методологией решения практических задач в области работы с технологиями рекламы и связей с общественностью. ОПК-5-B2 - технологиями формирования и продвижения имиджа фирмы, оптимизацией контактов с властными структурами</p>	
			<p>Основы менеджмента</p>	<p>Знать: ОПК-5-31 знать роль и место менеджмента в современной российской экономике;</p>	

				<p>ОПК-5-32 особенности построения организаций в зависимости от целей функционирования, их технологических и иных особенностей;</p> <p>Уметь:</p> <p>ОПК-5-У1 анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира для принятия рациональных организационно-управленческих решений;</p> <p>ОПК-5-У2 проводить сегментацию рынка и разрабатывать организационную структуру управления;</p> <p>Владеть:</p> <p>ОПК-5-В1 навыками разработки и внедрения организационной структуры управления организации в зависимости от целей функционирования, их технологических и иных особенностей;</p> <p>ОПК-5-У2 навыками управления конфликтами, стрессами и изменениями в организации.</p>
			Основы маркетинга	<p>Знать:</p> <p>ОПК-5-31 знать теоретические основы маркетинговой деятельности предприятия;</p> <p>ОПК-5-32 место и роль маркетинга в профессиональной деятельности, его основные функции;</p> <p>Уметь:</p> <p>ОПК-5-У1 анализировать конъюнктуру рынка, проводить маркетинговые исследования;</p> <p>ОПК-5-У2 проводить сегментацию рынка и разрабатывать программы маркетинга;</p> <p>Владеть:</p> <p>ОПК-5-В1 навыками разработки и внедрения комплекса маркетинга;</p> <p>ОПК-5-У2 основными маркетинговыми инструментами для проведения операций маркетингового комплекса.</p>
			Работа медиатекстами с	<p>Знать:</p> <p>ОПК-5-31 - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира и их влияние на создание медиатекстов и (или) медиарпродуктов;</p> <p>ОПК-5-32 - политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира и их влияние на создание медиатекстов и (или) медиарпродуктов;</p> <p>Уметь:</p> <p>ОПК-5-У1 - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира и их влияние на создание медиатекстов и (или) медиапродуктов, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;</p> <p>ОПК-5-У2 - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира и их влияние на создание медиатекстов и (или) медиапродуктов;</p> <p>Владеть:</p> <p>ОПК-5-В1 – навыками учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их</p>

				<p>функционирования, правовых и этических норм регулирования при работе с медиатекстами и (или) медиарепродуктами)</p>	
			<p>Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знать: ОПК-5-31 - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющие на работу отдела рекламы и связей с общественностью; ОПК-5-32 - политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира, влияющие на работу отдела рекламы и связей с общественностью; Уметь: ОПК-5-У1 - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющих на работу отдела рекламы и связей с общественностью, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; ОПК-5-У2 - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющие на работу отдела рекламы и связей с общественностью; Владеть: ОПК-5-В1 - навыками учета в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющих на работу отдела рекламы и связей с общественностью, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. ОПК-5-В2 - навыками применения информационных технологий в производственном процессе;</p>	
			<p>Экономика</p>	<p>Знать: ОПК-5-31 основные экономические понятия, законы и теории, макро- и микроэкономические показатели, статистические методы оценки и прогнозирования; нормативно-правовую базу экономической деятельности предприятий; ОПК-5-32 особенности построения организаций в зависимости от целей функционирования, их экономических и иных особенностей; Уметь: ОПК-5-У1 анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира для принятия рациональных организационно-экономических решений; ОПК-5-У2 проводить сегментацию рынка и разрабатывать организационную структуру управления; Владеть: ОПК-5-В1 навыками разработки и внедрения организационной структуры управления организации исходя из экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. ОПК-5-У2 информационными технологиями, нормативно-правовой базой профессиональной деятельности; методами расчёта, оценки и контроля основных экономических характеристик проектируемого объекта.</p>	

			<p>Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью)</p>	<p>Знать: ОПК-5-31 - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющие на интегрированные коммуникации; ОПК-5-32- политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира, влияющие на интегрированные коммуникации; Уметь: ОПК-5-У1 - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющие на интегрированные коммуникации, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; ОПК-5-У2 - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющие на интегрированные коммуникации; Владеть: ОПК-5-В1 - навыками учета в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, влияющих на интегрированные коммуникации, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования ОПК-5-В2 - навыками стимулирования сбыта, включая стимулирование торговых партнеров, посредников и конечных потребителей (включая основные виды стимулирования потребителей);</p>	
			<p>Медиаанализ и медиапланирование</p>	<p>Знать: ОПК-5-31 - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира и их влияние на процесс медиаметрии и медиапланирования; ОПК-5-32 - политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира и их влияние на процесс медиаметрии и медиапланирования; Уметь: ОПК-5-У1 - осуществлять медиаанализ, выявлять тенденции медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования и степень их влияния на медиапланирование; ОПК-5-У2 - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира и их влияние на медиапланирование; Владеть: ОПК-5-В1 навыками анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования и их влияние на медиапланирование ОПК-5-В2 навыками проведения аналитической деятельности в области медиаисследований и медиаизмерений</p>	

			<p>Учебная практика: Профессионально-ознакомительная практика</p>	<p>Знать: ОПК-5-31 структуры медиакоммуникационных систем региона и страны исходя из политических и экономических механизмов их функционирования ОПК-5-32 структуры медиакоммуникационных систем мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования Уметь: ОПК-5-У1 учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона и страны; ОПК-5-У2 учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем мира; Владеть: ОПК-5-В1 навыками выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых норм их регулирования ОПК-5-У2 навыками выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из этических норм их регулирования</p>	
			<p>Производственная практика: профессионально-творческая практика</p>	<p>Знать: ОПК-5-31 - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; ОПК-5-32 - политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира; Уметь: ОПК-5-У1 - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; ОПК-5-У2 - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; Владеть: ОПК-5-В1 - навыками учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования; ОПК-5-У2 - навыками учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм их регулирования;</p>	
			<p>Производственная практика: проектная практика</p>	<p>Знать: ОПК-5-31 - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; ОПК-5-32 - политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира; Уметь: ОПК-5-У1 - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;</p>	

				<p>ОПК-5-У2 - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; Владеть: ОПК-5-В1 - навыками учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования; ОПК-5-У2 - навыками учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм их регулирования;</p>	
			<p>Производственная практика: преддипломная практика</p>	<p>Знать: ОПК-5-31 - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; ОПК-5-32 - политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира; Уметь: ОПК-5-У1 - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; ОПК-5-У2 - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; Владеть: ОПК-5-В1 - навыками учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования; ОПК-5-У2 - навыками учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм их регулирования;</p>	
			<p>Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена</p>	<p>Знать: ОПК-5-31 - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; ОПК-5-32 - политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира; Уметь: ОПК-5-У1 - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; ОПК-5-У2 - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; Владеть: ОПК-5-В1 - навыками учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования; ОПК-5-У2 - навыками учитывать в профессиональной деятельности</p>	

				тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм их регулирования;	
			Подготовка к процедуре защиты и выпускной квалификационной работы	<p>Знать:</p> <p>ОПК-5-31 - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира;</p> <p>ОПК-5-32 - политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира;</p> <p>Уметь:</p> <p>ОПК-5-У1 - выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;</p> <p>ОПК-5-У2 - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира;</p> <p>Владеть:</p> <p>ОПК-5-В1 - навыками учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования;</p> <p>ОПК-5-У2 - навыками учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм их регулирования;</p>	
ОПК-6	Технологии	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Интернет-ресурсы	<p>Знать:</p> <p>ОПК-6-31 технологические новации, используемые для организации процессов услуг в сфере рекламы;</p> <p>ОПК-6-32 современное программное обеспечение и интернет ресурсы необходимые для организации работы в сфере рекламы;</p> <p>Уметь:</p> <p>ОПК-6-У1 применять технологические новации для организации процессов услуг в сфере рекламы;</p> <p>ОПК-6-У2 использовать современное программное обеспечение и интернет ресурсы в сфере рекламы;</p> <p>Владеть:</p> <p>ОПК-6-В1 методами организации процессов услуг в сфере рекламы с применением технологических новации и интернет-ресурсов;</p> <p>ОПК-6-В2 методикой внедрения современного программного обеспечения и интернет-ресурсов в сфере рекламы;</p>	<p>ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
			Информационные технологии в рекламной деятельности	<p>Знать:</p> <p>ОПК-6-31 технологические новации, используемые для организации процессов услуг в сфере рекламы;</p> <p>ОПК-6-32 современное программное обеспечение и интернет ресурсы необходимые для организации работы в сфере рекламы;</p> <p>Уметь:</p> <p>ОПК-6-У1 применять технологические новации для организации процессов услуг в сфере рекламы;</p> <p>ОПК-6-У2 использовать современное программное обеспечение и интернет ресурсы в сфере рекламы;</p> <p>Владеть:</p> <p>ОПК-6-В1 методами организации процессов услуг в сфере рекламы с</p>	

				<p>применением технологических новации и интернет – ресурсов; ОПК-6-В2 методикой внедрения современного программного обеспечения и интернет-ресурсов в сфере рекламы;</p>	
		Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика	<p>Знать: ОПК-6-31 современные технические средства и их применение в профессиональной деятельности; ОПК-6-32 информационно-коммуникационные технологии и их применение в профессиональной деятельности; Уметь: ОПК-6-У1 использовать в профессиональной деятельности современные технические средства; ОПК-6-У2 использовать в профессиональной деятельности информационно-коммуникационные технологии; Владеть: ОПК-6-В1 современными техническими средствами, необходимыми в профессиональной деятельности; ОПК-6-В2 информационно-коммуникационными технологиями, необходимыми в профессиональной деятельности;</p>		
		Производственная практика: профессионально-творческая практика	<p>Знать: ОПК-6-31 - техническое оборудование, необходимое для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6-32 - программное обеспечение необходимое для осуществления профессиональной деятельности; Уметь: ОПК-6-У1 - отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование; ОПК-6-У2 - отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое программное обеспечение; Владеть: ОПК-6-В1- навыками применения современных цифровых устройств, на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; ОПК-6-В2 - навыками применения современных платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;</p>		
		Производственная практика: проектная практика	<p>Знать: ОПК-6-31 - техническое оборудование, необходимое для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6-32 - программное обеспечение необходимое для осуществления профессиональной деятельности; Уметь: ОПК-6-У1 - отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование; ОПК-6-У2 - отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое программное обеспечение; Владеть: ОПК-6-В1 - навыками применения современных цифровых устройств, на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; ОПК-6-В2 - навыками применения современных платформ и</p>		

				<p>программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;</p> <p>Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p> <p>Знать: ОПК-6-31 - техническое оборудование, необходимое для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6-32 - программное обеспечение необходимое для осуществления профессиональной деятельности;</p> <p>Уметь: ОПК-6-У1 - отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование; ОПК-6-У2 - отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое программное обеспечение;</p> <p>Владеть: ОПК-6-В1- навыками применения современных цифровых устройств, на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; ОПК-6-В2 - навыками применения современных платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;</p>	
ОПК-7	Эффекты	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>Организация и проведение рекламных и PR кампаний в бизнесе</p> <p>Знать: ОПК-7-31 - возможные эффекты и последствия своей деятельности в рамках рекламной и (или) PR-кампании; ОПК-7-32 - принципы создания социальной ответственности в рекламной и (или) PR-кампании;</p> <p>Уметь: ОПК-7-У1 - прогнозировать эффекты своей деятельности в рекламной и (или) PR-кампании; ОПК-7-У2 - оценивать последствия своей деятельности в рекламной и (или) PR-кампании; ОПК-7-У3- учитывать принципы социальной ответственности в своей деятельности в рекламной и (или) PR-кампании;</p> <p>Владеть: ОПК-7-В1- навыками учета эффектов и последствий своей деятельности в рекламной и (или) PR-кампании, следуя принципам социальной ответственности ОПК-7-В2 - навыками использования опыта инновационной деятельности в системе рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>	
			<p>Основы проектной деятельности</p> <p>Знать: ОПК-7-31 - возможные эффекты и последствия своей деятельности в рамках рекламной и (или) PR-кампании; ОПК-7-32 - принципы создания социальной ответственности в рекламной и (или) PR-кампании;</p> <p>Уметь: ОПК-7-У1 - прогнозировать эффекты своей деятельности в рекламной и (или) PR-кампании; ОПК-7-У2 - оценивать последствия своей деятельности в рекламной и (или) PR-кампании; ОПК-7-У3- учитывать принципы социальной ответственности в своей деятельности в рекламной и (или) PR-кампании;</p> <p>Владеть:</p>		

				<p>ОПК-7-В1- навыками учета эффектов и последствий своей деятельности в рекламной и (или) PR-кампании, следуя принципам социальной ответственности</p> <p>ОПК-7-В2 - навыками использования опыта инновационной деятельности в системе рекламы и связей с общественностью</p>	
			Медиаанализ и медиапланирование	<p>Знать:</p> <p>ОПК-7-31 - возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК-7-32 - принципы создания социальной ответственности;</p> <p>Уметь:</p> <p>ОПК-7-У1 - прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК-7-У2 - оценивать последствия своей профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть:</p> <p>ОПК-7-В1 методами разработки медиаплана</p> <p>ОПК-7-В2 навыками профессионального выбора методов и каналов рекламной коммуникации.</p>	
			Основы управления общественным мнением	<p>Знать:</p> <p>ОПК-7-31 - возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности при воздействии на общественное мнение;</p> <p>ОПК-7-32 - принципы создания социальной ответственности при работе с общественным мнением;</p> <p>Уметь:</p> <p>ОПК-7-У1 - прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности при работе с общественным мнением;</p> <p>ОПК-7-У2 - оценивать последствия своей профессиональной деятельности при работе с общественным мнением;</p> <p>Владеть:</p> <p>ОПК-7-В1 - современными технологиями подготовки, планирования и применения комплексных методик в сфере организации информационных кампаний и управления общественным мнением</p> <p>ОПК-7-В2 - навыками определения эффективности применения в сложившейся профессиональной ситуации техник связей с общественностью в управлении общественным мнением.</p>	
			Производственная практика: профессионально-творческая практика	<p>Знать:</p> <p>ОПК-7-31 - возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК-7-32 - принципы создания социальной ответственности;</p> <p>Уметь:</p> <p>ОПК-7-У1 - прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК-7-У2 - оценивать последствия своей профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть:</p> <p>ОПК-7-В1 - навыками учитывать принципы социальной ответственности в своей профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК-7-В2- навыками учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;</p>	

			<p>Производственная практика: проектная практика</p>	<p>Знать: ОПК-7-31 - возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности; ОПК-7-32 - принципы создания социальной ответственности; Уметь: ОПК-7-У1 - прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности; ОПК-7-У2 - оценивать последствия своей профессиональной деятельности; Владеть: ОПК-7-В1 - навыками учитывать принципы социальной ответственности в своей профессиональной деятельности; ОПК-7-В2 - навыками учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;</p>	
			<p>Производственная практика: преддипломная практика</p>	<p>Знать: ОПК-7-31 - возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности; ОПК-7-32 - принципы создания социальной ответственности; Уметь: ОПК-7-У1 - прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности; ОПК-7-У2 - оценивать последствия своей профессиональной деятельности; Владеть: ОПК-7-В1 - навыками учитывать принципы социальной ответственности в своей профессиональной деятельности; ОПК-7-В2 - навыками учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;</p>	
			<p>Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена</p>	<p>Знать: ОПК-7-31 - возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности; ОПК-7-32 - принципы создания социальной ответственности; Уметь: ОПК-7-У1 - прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности; ОПК-7-У2 - оценивать последствия своей профессиональной деятельности; Владеть: ОПК-7-В1 - навыками учитывать принципы социальной ответственности в своей профессиональной деятельности; ОПК-7-В2 - навыками учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;</p>	
			<p>Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>	<p>Знать: ОПК-7-31 - возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности; ОПК-7-32 - принципы создания социальной ответственности; Уметь:</p>	

				<p>ОПК-7-У1 - прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК-7-У2 - оценивать последствия своей профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть:</p> <p>ОПК-7-В1 - навыками учитывать принципы социальной ответственности в своей профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК-7-В2 - навыками учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;</p>	
--	--	--	--	---	--

4.3. Выпускник по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью с квалификацией (степенью) «бакалавр» должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код компетенции	Категория компетенций	Формулировка компетенции	Наименование дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Результаты обучения	Индикаторы достижения компетенции
ПК-1	Проектный	Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	Основы проектной деятельности	<p>Знать:</p> <p>ПК-1-31 - типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>ПК-1-32 - культурно-исторические и коммуникативные основы разработки и реализации проектов в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь:</p> <p>ПК-1-У1 - готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ПК-1-У2 применять научные методы, используемые при создании проекта</p> <p>Владеть:</p> <p>ПК-1-В1 - навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта в проекте.</p> <p>ПК-1-В2 - основными методами разработки коммуникативных проектов.</p>	<p>ПК-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ПК-1.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>

			<p>Введение современную коммуникацию в</p> <p>Знать: ПК-1–31 - типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1–32 - прикладной характер современной коммуникации Уметь: ПК-1–У1 готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-1–У2 ориентироваться в коммуникационных потоках, службах, системах Владеть: ПК-1–В1 навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта ПК-1–В2 основными методами преодоления коммуникационных барьеров в условиях устной, документальной и электронной коммуникации</p>	
			<p>Методы научных исследований</p> <p>Знать: ПК-1–31 - типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью и методы их обоснования с позиции науки ПК-1–32 - историю развития научного познания, развитием эмпирического и теоретического типов научного мышления; Уметь: ПК-1–У1 - готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью с позиции науки ПК-1–У2 - планировать и проводить научные исследования; Владеть: ПК-1–В1 - навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта с позиции науки. ПК-1–В2 - навыками планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта с позиции науки.</p>	
			<p>Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе</p> <p>Знать: ПК-1–31 - типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью в бизнесе Уметь: ПК-1–У1- готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в бизнесе Владеть: ПК-1–В1 - навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта в бизнесе</p>	
			<p>Фирменный стиль</p> <p>Знать: ПК-1–31 - типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью при разработке фирменного стиля Уметь: ПК-1–У1- готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью для разработки фирменного стиля Владеть: ПК-1–В1 - навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта при разработке фирменного стиля.</p>	
			<p>Коммерческая</p> <p>Знать:</p>	

			<p>реклама в печати, на радио и ТВ</p>	<p>ПК-1-31 - типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью для коммерческой рекламы в печати, на радио и ТВ. ПК-1-32 - специфику и актуальные проблем разработки коммерческой рекламы, а также классификации технологий и приемов, стадий процесса разработки, этапов разработки коммерческой рекламы, методов работы, оценки эффективности результатов. Уметь: ПК-1-У1- готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью для коммерческой рекламы в печати, на радио и ТВ. ПК-1-У2 - использовать соответствующие технологии в профессиональной сфере деятельности, необходимые для управления коммерческой рекламой в печати, на радио и ТВ. Владеть: ПК-1-В1 - навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта для коммерческой рекламы в печати, на радио и ТВ. ПК-1-В2 - навыками диагностирования проблемных аспектов, выработки путей их разрешения, разработки и содействию внедрения конкретных решений в области связей с общественностью, а именно в коммерческой сфере.</p>	
			<p>Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью в бизнесе</p>	<p>Знать: ПК-1-31 - типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью и методы их реализации при помощи инновационных технологий в рекламе и связях с общественностью в бизнесе. ПК-1-32 - специфику и актуальные проблемы инновационных технологий Уметь: ПК-1-У1 - готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью с использованием инновационных технологий в рекламе и связях с общественностью в бизнесе; ПК-1-У2 - работать с инновационными технологиями в области рекламы и связей с общественностью, а именно в коммерческой сфере. Владеть: ПК-1-В1 - навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта с использованием инновационных технологий в рекламе и связях с общественностью в бизнесе. ПК-1-В2 - методами работы в с инновационными технологиями в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>	
			<p>Реклама и связи с общественностью в системе интернет-коммуникаций</p>	<p>Знать: ПК-1-31 - типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью в системе интернет-коммуникаций Уметь: ПК-1-У1- готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в системе интернет-коммуникаций Владеть: ПК-1-В1 - навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании</p>	

				коммуникационного продукта в системе интернет-коммуникаций
		Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика	Знать: ПК-1-31 функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе; ПК-1-32 функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по связям с общественностью; Уметь: ПК-1-У1 осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-1-У2 готовить коммуникационный проект в рамках реализации коммуникационной стратегии; Владеть: ПК-1-В1 навыками участия в организации внутренних коммуникаций; ПК-1-В2 навыками участия в организации внешних коммуникаций;	
		Производственная практика: проектная практика	Знать: ПК-1-31 - основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-1-32 - типовые алгоритмы разработки и реализации коммуникационного продукта в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: ПК-1-У1 - принимать участие в организации маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-1-У2 - принимать участие в выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; Владеть: ПК-1-В1 - навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами; ПК-1-В2 - навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта;	
		Производственная практика: преддипломная практика	Знать: ПК-1-31 - основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-1-32 - типовые алгоритмы разработки и реализации коммуникационного продукта в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: ПК-1-У1 - принимать участие в организации маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-1-У2 - принимать участие в выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; Владеть: ПК-1-В1 - навыками осуществления мониторинга обратной связи с	

				<p>разными целевыми группами; ПК-1–В2 - навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта;</p>	
			Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	<p>Знать: ПК-1–31 - основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-1–32 - типовые алгоритмы разработки и реализации коммуникационного продукта в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: ПК-1–У1 - принимать участие в организации маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-1–У2 - принимать участие в выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; Владеть: ПК-1–В1 - навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами; ПК-1–В2 - навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта;</p>	
			Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	<p>Знать: ПК-1–31 - основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-1–32 - типовые алгоритмы разработки и реализации коммуникационного продукта в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: ПК-1–У1 - принимать участие в организации маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-1–У2 - принимать участие в выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; Владеть: ПК-1–В1 - навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами; ПК-1–В2 - навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта;</p>	
ПК-2	Проектный	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью)	<p>Знать: ПК-2–31 - основные маркетинговые инструменты в интегрированных коммуникациях при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-4–32 - знать основные технологии маркетинговых коммуникаций; Уметь: ПК-2–У1 - принимать участие в организации и выполнении маркетинговых исследований в интегрированных коммуникациях, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-2.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p>

		коммуникационн о продукта		ПК-2-У2 - применять средства программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления при разработке и реализации коммуникационного продукта; Владеть: ПК-2-В1 - навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами в интегрированных коммуникациях. ПК-2-В2 - навыками оценки эффективности интегрированных коммуникаций	ПК-2.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
			Реклама в коммуникационном процессе	Знать: ПК-2 – 31- основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта рекламной коммуникации; Уметь: ПК-2-У1- принимать участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта рекламной коммуникации; Владеть: ПК-2-В1 - навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами в рекламной коммуникации.	
			Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Знать: ПК-2-31 знать основные технологии маркетинговых коммуникаций; ПК-2-32 возможности и границы применения программного обеспечения анализа и качественного моделирования систем управления при разработке и реализации коммуникационного продукта. Уметь: ПК-2-У1 владеть средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления при разработке и реализации коммуникационного продукта; ПК-2-У2 проводить маркетинговые исследования и ситуационный анализ; Владеть: ПК-2-В1 методами применения средств программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления, навыками оценки их эффективности при разработке и реализации маркетинговых исследований и ситуационного анализа; ПК-2-В2 технологиями моделирования систем управления, навыками оценки их эффективности при разработке и реализации маркетинговых исследований и ситуационного анализа.	
			Технологии PR- продвижения товаров и услуг в социальных сетях	Знать: ПК-2-31 - основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта в социальных сетях Уметь: ПК-2-У1 - принимать участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта в социальных сетях Владеть: ПК-2-В1 - навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами в социальных сетях	
			Телекоммуникацион	Знать:	

			<p>ные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью</p> <p>ПК-2-31 - основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта с использованием телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью. ПК-2-32 - знать основные технологии маркетинговых коммуникаций; Уметь: ПК-2-У1 - принимать участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта с использованием телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью ПК-2-У2 - применять средства программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления при разработке и реализации коммуникационного продукта; Владеть: ПК-2-В1- навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами с использованием телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью ПК-2-В2 навыками оценки эффективности интегрированных коммуникаций</p>	
			<p>Компьютерные технологии в массовых мероприятиях</p> <p>Знать: ПК-2-31 - основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта с использованием компьютерных технологий в массовых мероприятиях ПК-2-32 - знать основные технологии маркетинговых коммуникаций; Уметь: ПК-2-У1 - принимать участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта с использованием компьютерных технологий в массовых мероприятиях ПК-2-У2 - применять средства программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления при разработке и реализации коммуникационного продукта; Владеть: ПК-2-В1 - навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами с использованием компьютерных технологий в массовых мероприятиях ПК-2-В2 - навыками оценки эффективности интегрированных коммуникаций</p>	
			<p>Производственная практика: профессионально-творческая практика</p> <p>Знать: ПК-2-31 - правила и способы обработки информационных ресурсов на сайте; ПК-2-32 - правила и способы размещения информационных ресурсов на сайте; Уметь: ПК-2-У1 - вводить и обрабатывать текстовые данные; ПК-2-У2 - сканировать и обрабатывать графическую информацию; Владеть: ПК-2-В1 - навыками создания и ведения информационных баз данных; ПК-4-В2- навыками размещения информации на сайте;</p>	
			<p>Производственная практика: проектная практика</p> <p>Знать: ПК-2-31 - правила и способы обработки информационных ресурсов на сайте; ПК-2-32 - правила и способы размещения информационных ресурсов на сайте;</p>	

				<p>Уметь: ПК-2-У1 - вводить и обрабатывать текстовые данные; ПК-2-У2 - сканировать и обрабатывать графическую информацию; Владеть: ПК-2-В1 - навыками создания и ведения информационных баз данных; ПК-2-В2- навыками размещения информации на сайте;</p>	
			Преддипломная практика	<p>Знать: ПК-2-31 - правила и способы обработки информационных ресурсов на сайте; ПК-2-32 - правила и способы размещения информационных ресурсов на сайте; Уметь: ПК-2-У1 - вводить и обрабатывать текстовые данные; ПК-2-У2 - сканировать и обрабатывать графическую информацию; Владеть: ПК-2-В1 - навыками создания и ведения информационных баз данных; ПК-2-В2- навыками размещения информации на сайте;</p>	
			Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	<p>Знать: ПК-2-31 - правила и способы обработки информационных ресурсов на сайте; ПК-2-32 - правила и способы размещения информационных ресурсов на сайте; Уметь: ПК-2-У1 - вводить и обрабатывать текстовые данные; ПК-2-У2 - сканировать и обрабатывать графическую информацию; Владеть: ПК-2-В1 - навыками создания и ведения информационных баз данных; ПК-2-В2- навыками размещения информации на сайте;</p>	
ПК-3	Авторский	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта	Теория и практика массовой информации	<p>Знать: ПК-3-31 - правила создания текстов рекламы и связей с общественностью в различных жанрах; ПК-3-32 - специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; Уметь: ПК-3-У1 - создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; ПК-3-У2 - применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; Владеть: ПК-3-В1 - навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании; ПК-3-В2 - навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде;</p>	<p>ПК-3.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-3.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПК-3.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ПК-3.4 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде</p>
			Копирайтинг	<p>Знать: ПК-3-31 правила создания текстов рекламы и связей с общественностью в копирайтинге с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-3-32 основные категории, понятия, термины, которыми оперируют профессиональные копирайтеры Уметь: ПК-3-У1 создавать информационные поводы в копирайтинге для кампаний и</p>	

				<p>проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-3-У2 анализировать рекламные тексты, появляющиеся в местных средствах массовой информации</p> <p>Владеть:</p> <p>ПК-3-В1 навыками создания копирайтинговых основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании</p> <p>ПК-3-В2 навыками разработки вербальной части рекламных коммуникаций</p>	
			Связи с общественностью в кризисных ситуациях	<p>Знать:</p> <p>ПК-3-31- правила создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта в кризисной ситуации.</p> <p>Уметь:</p> <p>ПК-3-У1 - создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта в кризисной ситуации;</p> <p>Владеть:</p> <p>ПК-3-В1 - навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании в кризисной ситуации.</p>	
			Современная пресс-служба	<p>Знать:</p> <p>ПК-3-31 - правила создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта для пресс-службы</p> <p>Уметь:</p> <p>ПК-3-У1 - создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта для пресс-службы</p> <p>Владеть:</p> <p>ПК-3-В1 - навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании для пресс-службы</p>	
			Управление корпоративным сайтом	<p>Знать:</p> <p>ПК-3-31 правила создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при управлении корпоративным сайтом</p> <p>Уметь:</p> <p>ПК-3-У1 создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта при управлении корпоративным сайтом</p> <p>Владеть:</p> <p>ПК-3-В1 навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании при управлении корпоративным сайтом</p>	
			Производственная практика: проектная практика	<p>Знать:</p> <p>ПК-3-31 - правила создания текстов рекламы и связей с общественностью в различных жанрах;</p> <p>ПК-3-32 - специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;</p> <p>Уметь:</p> <p>ПК-3-У1 - создавать информационные поводы для кампаний и проектов в</p>	

				<p>сфере рекламы и связей с общественностью; ПК-3-У2 - применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; Владеть: ПК-3-В1 - навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании; ПК-3-В2 - навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде;</p>
		Производственная практика: преддипломная практика		<p>Знать: ПК-3-31 - правила создания текстов рекламы и связей с общественностью в различных жанрах; ПК-3-32 - специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; Уметь: ПК-3-У1 - создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; ПК-3-У2 - применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; Владеть: ПК-3-В1 - навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании; ПК-3-В2 - навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде;</p>
		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена		<p>Знать: ПК-3-31 - правила создания текстов рекламы и связей с общественностью в различных жанрах; ПК-3-32 - специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; Уметь: ПК-3-У1 – создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; ПК-3-У2 - применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; Владеть: ПК-3-В1 - навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании; ПК-3-В2 - навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде;</p>
		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы		<p>Знать: ПК-3-31 - правила создания текстов рекламы и связей с общественностью в различных жанрах; ПК-3-32 - специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; Уметь: ПК-3-У1 - создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; ПК-3-У2 - применять творческие решения с учетом мирового и</p>

				<p>отечественного опыта; Владеть: ПК-3–В1 - навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании; ПК-3–В2 - навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде;</p>	
			<p>Реклама и связи с общественностью в формировании социальной ответственности бизнеса</p>	<p>Знать: ПК-3–31 - правила создания текстов рекламы и связей с общественностью в различных жанрах; ПК-3–32 - правила осуществления авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта; Уметь: ПК-3–У1 - создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; ПК-3–У2 - применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; Владеть: ПК-3–В1 - навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании; ПК-3–В2 - навыками осуществления авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта;</p>	
ПК-4	Организационный	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<p>Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знать: ПК-4–31 - функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-4–32 - социальные феномены, категории, методы изучения и описания социальных явлений; основные механизмы социального взаимодействия; Уметь: ПК-4–У1 - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4–У2 - разрабатывать рекомендации по обеспечению социального взаимодействия сотрудников, снижению конфликтности, решению управленческих задач; Владеть: ПК-4–В1 - навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций; навыками осуществления контроля и проведения оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ; ПК-4–В2 - навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;</p>	<p>ПК-4.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПК-4.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-4.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>
			<p>Психология массовых коммуникаций</p>	<p>Знать: ПК-4–31 - функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью с учетом психологических особенностей; ПК-4–32 разнообразные методы психологических исследований в области СМИ различной направленности;</p>	

				<p>ПК-4-33 особенности психологических измерений медиакommunikаций в коммерческой сфере; Уметь: ПК-4-У1 - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии с учетом психологических особенностей аудитории; ПК-4-У2 - организовать маркетинговое исследование в области СМИ в рамках бизнес-проекта с учетом психологических особенностей аудитории; ПК-4-У3 - разработать маркетинговую бизнес-стратегию различной бизнес-направленности для продукции СМИ с учетом психологических особенностей аудитории; Владеть: ПК-4-В1 - навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций с учетом психологических особенностей; ПК-4-В2 - навыками организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ; ПК-4-В3 - навыками осуществления контроля и проведения оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ с учетом психологических особенностей аудитории.</p>	
			Иностранный язык в профессиональной сфере	<p>Знать: ПК-4-31 основные грамматические формы и конструкции, используемые при осуществлении устной и письменной коммуникации; ПК-4-32 основные стилистические приемы формирования устных и письменных иноязычных высказываний в процессе академического и профессионального общения. Уметь: ПК-4-У1 участвовать в диалогическом общении в рамках изучаемых тем, связанных с профессиональной деятельностью; ПК-4-У2 точно передавать содержание иноязычного текста на русском языке по тематике, связанной с направлением подготовки, в письменном виде, соблюдая его стилистический регистр. Владеть: ПК-4-В1 навыками организации языкового материала в рамках профессиональной коммуникации; ПК-4-В2 навыками представления информации на изучаемом языке с соблюдением норм профессионального взаимодействия, учитывая особенности ситуации общения.</p>	
			Деловое общение	<p>Знать: ПК-4-31 - функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-4-32 - социальные феномены, категории, методы изучения и описания социальных явлений; основные механизмы социального взаимодействия; Уметь: ПК-4-У1 - осуществлять деловое общение в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4-У2 - разрабатывать рекомендации по обеспечению социального взаимодействия сотрудников, снижению конфликтности, решению управленческих задач; Владеть:</p>	

				<p>ПК-4-B1 - навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций; навыками осуществления контроля и проведения оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ;</p> <p>ПК-4-B2 - навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;</p>	
			Основы брендинга	<p>Знать:</p> <p>ПК-4-31 - функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по разработке бренда;</p> <p>ПК-4-32 - разнообразные методы исследований в области СМИ различной направленности при разработке бренда;</p> <p>Уметь:</p> <p>ПК-4-У1 осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии при разработке бренда; организовать маркетинговое исследование в области СМИ в рамках бизнес-проекта при разработке бренда;</p> <p>ПК-4-У2 - организовать маркетинговое исследование в области СМИ в рамках бизнес-проекта при разработке бренда;</p> <p>Владеть:</p> <p>ПК-4-B1 - навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций при разработке бренда;</p> <p>ПК-4-B2- навыками организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ при разработке бренда;</p>	
			Консалтинг в коммерческом секторе	<p>Знать:</p> <p>ПК-4-31- функционал линейного менеджера консалтинговой фирмы в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;</p> <p>ПК-4-32 - разнообразные методы исследований в области СМИ различной направленности и применение их в консалтинге;</p> <p>Уметь:</p> <p>ПК-4-У1 - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии и применять умение в рамках консалтинга;</p> <p>ПК-4-У2- разработать маркетинговую бизнес-стратегию различной бизнес-направленности для продукции СМИ при осуществлении консалтинговых услуг;</p> <p>Владеть:</p> <p>ПК-4-B1 - навыками организации внутренних и внешних коммуникаций в консалтинговой деятельности;</p> <p>ПК-4-B2 - навыками консалтинга при организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ;</p>	
			Производственная практика: профессионально-творческая практика	<p>Знать:</p> <p>ПК-4-31 - функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;</p> <p>ПК-4-32 - основы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;</p> <p>Уметь:</p> <p>ПК-4-У1 - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках</p>	

				<p>реализации коммуникационной стратегии; ПК-4-У2 - организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; Владеть: ПК-4-В1 - навыками организации коммуникационных кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; ПК-4-В2- навыками реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;</p>
			<p>Производственная практика: проектная практика</p>	<p>Знать: ПК-4-31 - функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-4-32 - основы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; Уметь: ПК-4-У1 - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4-У2 - организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; Владеть: ПК-4-В1 - навыками организации коммуникационных кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; ПК-4-В2- навыками реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;</p>
			<p>Производственная практика: преддипломная практика</p>	<p>Знать: ПК-4-31 - функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-4-32 - основы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; Уметь: ПК-4-У1 - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4-У2 - организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; Владеть: ПК-4-В1 - навыками организации коммуникационных кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; ПК-4-В2- навыками реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;</p>
			<p>Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена</p>	<p>Знать: ПК-4-31 - функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-4-32 - основы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; Уметь: ПК-4-У1 - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;</p>

				<p>ПК-4-У2 - организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры;</p> <p>Владеть:</p> <p>ПК-4-В1 - навыками организации коммуникационных кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>ПК-4-В2 - навыками реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;</p>	
			Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	<p>Знать:</p> <p>ПК-4-31 - функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;</p> <p>ПК-4-32 - основы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;</p> <p>Уметь:</p> <p>ПК-4-У1 - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;</p> <p>ПК-4-У2 - организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры;</p> <p>Владеть:</p> <p>ПК-4-В1 - навыками организации коммуникационных кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>ПК-4-В2- навыками реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;</p>	
			Связи бизнеса с государством, технологии лоббирования	<p>Знать:</p> <p>ПК-4-31 - функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью и использование технологий лоббирования и связи бизнеса с государством;</p> <p>ПК-4-32 - разнообразные методы исследований в области СМИ различной направленности при осуществлении лоббирования и связи с государством;</p> <p>ПК-4-33 - особенности измерений медиакоммуникаций в коммерческой сфере при использовании технологий лоббирования и связи бизнеса с государством;</p> <p>Уметь:</p> <p>ПК-4-У1 - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии при осуществлении технологий лоббирования и связи бизнеса с государством;</p> <p>ПК-4-У2 - организовать маркетинговое исследование в области СМИ в рамках бизнес-проекта при использовании технологий лоббирования и связи бизнеса с государством;</p> <p>ПК-4-У3 - разработать маркетинговую бизнес-стратегию различной бизнес-направленности для продукции СМИ при использовании технологий лоббирования и связи бизнеса с государством;</p> <p>Владеть:</p> <p>ПК-4-В1 навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций при осуществлении технологий лоббирования и связи бизнеса с государством;</p> <p>ПК-4-В2 навыками организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ при использовании технологий лоббирования и</p>	

				связи бизнеса с государством; ПК-4-В3 - навыками осуществления контроля и проведения оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ при использовании технологий лоббирования и связи бизнеса с государством.	
--	--	--	--	--	--

4.4. Практическая подготовка обучающихся, осваивающих программу бакалавриата.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки организуется при реализации дисциплин (модулей) и практик, указанных в таблице 4.4.1.

Практическая подготовка при реализации дисциплин (модулей) организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по направленности (профилю) программы бакалавриата.

Практическая подготовка при проведении практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Таблица 4.4.1. Сведения о практической подготовке обучающихся, осваивающих программу бакалавриата

Наименование дисциплин (модулей)
Работа с медиатекстами
Внутрикорпоративные связи с общественностью
Копирайтинг
Основы проектной деятельности
Технологии PR-продвижения товаров и услуг в социальных сетях
Фирменный стиль
Коммерческая реклама в печати, на радио и ТВ
Наименование практик (вид, тип)
Учебная практика
Профессионально-ознакомительная практика
Производственная практика
Профессионально-творческая практика
Проектная практика
Преддипломная практика

5. Общая характеристика компонентов основной профессиональной образовательной программы высшего образования.

5.1. Учебный план и Календарный учебный график (приложение 1).

Основная профессиональная образовательная программа по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в соответствии с требованиями ФГОС ВО включает следующие блоки:

Блок 1 «Дисциплины (модули)»

Блок 2 «Практики»

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация»

Учебный план подготовки бакалавра по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в соответствии с требованиями ФГОС ВО содержит:

- перечень учебных блоков;
- трудоемкость блоков в зачетных единицах и академических часах с учетом интервала, заданного ФГОС;
- трудоемкость дисциплины в зачетных единицах и академических часах. При этом учитываются условия, что одна зачетная единица эквивалентна 36 академическим часам;
- примерное распределение трудоемкости дисциплин по семестрам;
- форму (формы) промежуточной аттестации по каждой дисциплине;
- рекомендуемые виды и продолжительность практик, формы аттестации по каждому виду практик;

– рекомендуемые виды и продолжительность государственной итоговой аттестации, формы итоговой государственной аттестации.

В рамках программы бакалавриата выделены обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений.

К обязательной части программы бакалавриата в учебном плане относятся дисциплины и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций, установленных ФГОС-3++. В обязательную часть блока 1 «Дисциплины (модули)» включены, в том числе:

– дисциплины, обеспечение реализации которых ФГОС-3++ требует в рамках блока 1 «Дисциплины (модули)»: «Философия», «История (история России, всеобщая история)», «Иностранный язык», «Безопасность жизнедеятельности»;

– дисциплина «Физическая культура и спорт», реализацию которой ФГОС 3++ требует в объеме не менее 2 зачетных единиц в рамках блока 1 «Дисциплины (модули)».

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, установлен в соответствии с требованием ФГОС-3++ и составляет не менее 40 процентов общего объема программы бакалавриата.

Учебный план обеспечивает обучающимся возможность освоения элективных (избираемых в обязательном порядке) дисциплин (модулей). Избранные обучающимися элективные дисциплины (модули) являются обязательными для освоения. Элективные дисциплины (модули) включены в объем программы бакалавриата и входят в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Учебный план обеспечивает реализацию элективных дисциплин по физической культуре и спорту в объеме 328 академических часов, которые являются обязательными для освоения, не переведены в зачетные единицы и не включены в объем программы бакалавриата.

Обучающимся обеспечивается возможность освоения факультативных (необязательных для изучения при освоении программы бакалавриата) дисциплин. Факультативные дисциплины не включены в объем образовательной программы.

При обеспечении инклюзивного образования по заявлению обучающегося, являющегося инвалидом или лицом с ОВЗ, разрабатывается индивидуальный учебный план, в котором в состав элективных дисциплин части, формируемой участниками образовательных отношений, включаются специализированные адаптационные дисциплины (модули).

В календарном учебном графике указаны периоды осуществления видов учебной деятельности и периоды каникул. Календарный учебный график отражает последовательность реализации образовательной программы по годам (включая теоретическое обучение, практики, промежуточную и государственную итоговую аттестацию, каникулы).

5.2. Рабочие программы дисциплин (приложение 2).

Программы дисциплин ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью разработаны для всех дисциплин в полном объеме.

5.3. Рабочие программы практик (приложение 3).

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью блок 2 ОПОП «Учебная и производственная практики» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций обучающихся.

В соответствии с учебным планом для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью предусмотрены:

Учебная практика:

- профессионально-ознакомительная практика

Производственная практика:

- профессионально-творческая практика
- проектная практика
- преддипломная практика

5.4. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы (приложение 4).

Рабочая программа воспитания разработана на период реализации программы бакалавриата. В рабочей программе воспитания определен комплекс основных характеристик воспитательной работы по программе бакалавриата:

- цель и задачи воспитательной работы;
- направления воспитательной работы;
- формы и методы воспитательной работы;
- ресурсное обеспечение реализации рабочей программы воспитания;
- инфраструктура института, обеспечивающая реализацию рабочей программы воспитания.

Календарный план воспитательной работы содержит конкретный перечень событий и мероприятий воспитательной направленности, организуемых и проводимых институтом, в которых принимают участие обучающиеся по программе бакалавриата в соответствии с направлениями и темами воспитательной работы, указанными в рабочей программе воспитания.

5.5. Программа государственной итоговой аттестации (приложение 5).

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входят:

- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена;
- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

Программа государственной итоговой аттестации включает в себя программу государственного экзамена и требования к выпускной квалификационной работе и порядку ее выполнения, критерии оценки защиты выпускной квалификационной работы.

5.6. Методические материалы образовательной программы (приложение 6).

В состав методических материалов образовательной программы включены:

- конспекты лекций;
- методические материалы практических (семинарских) занятий;
- методические материалы лабораторных работ;
- методические указания к выполнению курсовых работ (проектов);
- методические указания по самостоятельной работе студентов;
- методические указания к выполнению выпускной квалификационной

работы.

6. Характеристика применяемых механизмов оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата.

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки, в которой институт принимает участие на добровольной основе. В целях совершенствования программы бакалавриата институт при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников института.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе бакалавриата обучающимся предоставляется возможность оценивания

условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик. В рамках внутренней системы оценки качества подготовки обучающихся по программе бакалавриата осуществляются:

- текущий контроль успеваемости (формы текущего контроля успеваемости установлены в рабочих программах дисциплин (модулей) и рабочих программах практик);
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплинам (модулям) и практикам (учебным планом установлены следующие формы промежуточной аттестации: зачет, зачет с оценкой, защита курсовой работы (проекта), экзамен);
- государственная итоговая аттестация, которая включает в себя: подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена; подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

6.1. Оценочные средства.

Оценочные средства представлены в виде фонда оценочных средств для текущей, промежуточной аттестации обучающихся и для итоговой (государственной итоговой) аттестации.

Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) или практике, входит в состав соответственно рабочей программы дисциплины (модуля) или программы практики и включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации включает в себя:

- перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

7. Фактическое ресурсное обеспечение образовательной программы.

7.1 Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации образовательной программы.

Реализация основной образовательной программы бакалавриата обеспечивается педагогическими работниками, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью.

Доля педагогических работников (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, составляет 77 процентов.

Доля педагогических работников, участвующих в реализации программы

бакалавриата, и лиц, привлекаемых к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведущих научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля) составляет 84 процента.

Доля штатных педагогических работников (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям) составляет 68 процентов от общего количества научно-педагогических работников организации.

Доля педагогических работников, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являющихся руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет) составляет 18 процентов.

Доля педагогических работников и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации) составляет 68 процентов.

На кафедре рекламы и связей с общественностью всего 9 человек, из них имеющих ученую степень и (или) ученое звание 6 человек, ученую степень доктора наук и (или) ученое звание профессора имеют 2 человека.

Большинство преподавателей имеют базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, постоянно повышают свой профессиональный уровень. Ежегодно повышают квалификацию не менее 20% штатных преподавателей.

7.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательной программы.

Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса является частью единой электронной информационно-образовательной среды вуза и включает следующие элементы:

– электронная библиотечная система (ЭБС) ООО «Современные цифровые технологии». Договор №543-12/20 от 10.12.2020 г. на оказание услуг по представлению доступа к электронным изданиям. Сайт: www.biblioclub.ru «Университетская библиотека онлайн»;

– справочная правовая система «ГАРАНТ» Договор № 14-пл/2020 от 31.10.2019 г. ООО «ПРАВОВЕСТ».

– картотека книгообеспеченности ЧУ ООВО Институт экономики и культуры.

По содержанию и видам приобретаемых документов фонд носит универсальный характер. Содержание фонда определяется профилем подготовки студентов, тематикой научных исследований и задачами, связанными с вопросами воспитательной работы. Поэтому в фонде библиотеки представлены учебники и научные издания практически по всем отраслям знания, что делает фонд нашей библиотеки востребованным всеми категориями пользователей: профессорско-преподавательским составом и студентами.

В настоящее время библиотека института располагает более 24 тысяч единиц хранения учебной и учебно-методической литературы.

Количество учебной литературы, имеющей гриф Министерства образования и науки РФ, учебно-методических объединений и других федеральных органов составляет в среднем 37%.

По степени устареваемости учебная и учебно-методическая литература, вышедшая за последние 10 (5) лет, полностью соответствует установленным требованиям.

Обеспеченность студентов учебной литературой составляет 0,5 экз./чел.

Кроме фонда основной учебной и учебно-методической литературы библиотека института располагает достаточно объемным фондом дополнительной литературы, включающим в себя:

- официальные издания (сборники законодательных актов, нормативных правовых актов и кодексов РФ – 6 наименований);
- справочно-библиографические издания (энциклопедии, отраслевые справочники и словари по профилю образовательных программ – 4 наименования);
- информационные базы данных – 1 (каталоги и картотеки)

Институт подключен к Электронно-библиотечной системе образовательных и просветительских изданий, доступ к ресурсам которой обеспечен всем обучающимся и педагогическим работникам.

Библиотечный фонд постоянно обновляется.

В фонде библиотеки широко представлены периодические издания. Библиотека выписывает более 10 наименований журналов и газет.

В целях совершенствования учебно-методического обеспечения образовательного процесса на кафедре проводится работа по разработке грифованных учебников и учебных пособий. Преподавателями кафедры было подготовлено 3 учебных пособия, которым был присвоен гриф учебно-методических объединений и научно-методических советов.

Учебно-методические пособия и учебно-методические комплексы издаются в количестве, необходимом для обеспечения всех направлений подготовки в зависимости от контингента студентов.

Значительный объем информации библиотека предоставляет своим пользователям в качестве полнотекстовых материалов. Для этого все учебно-методические материалы, разрабатываемые на кафедре; или в виде отдельных изданий, поступают в библиотеку из издательства в электронном виде.

Эффективно используются ресурсы INTERNET, открытые для свободного использования:

- электронные словари, справочники.

Для обслуживания пользователей в библиотеке действует 1 читальный зал, абонемент (выдача литературы на дом).

Информационное обеспечение.

Информационное обеспечение образовательного процесса направлено на поэтапное формирование единой информационной среды вуза, позволяющей автоматизировать и повысить интенсивность обмена информацией в управленческом, образовательном, научном, воспитательном и других процессах. В рамках единой информационной системы создана и функционирует локальная сеть вуза («Интранет»), которая в настоящее время объединяет более 100 компьютеров, на базе которых созданы рабочие места студентов, преподавателей и других сотрудников института. Локальные информационные сети и системы дистанционного обучения функционируют под управлением серверов института.

Информационное обеспечение качества образования позволяет осуществлять:

- хранение и доставку учебно-методических ресурсов с использованием E-mail, WWW;
- доступ к электронным учебникам в сетях Интернет и Интранет и использование обучающих программных средств, реализуемых в виде HTML-учебников со статическими и динамическими страницами;
- тестирование уровня знаний и подготовки студентов;
- предоставление информационных ресурсов вуза внешним пользователям и организациям-партнерам;
- доступ к ресурсам «Интернет» всем преподавателям, сотрудникам и студентам кафедры и др.

С целью эффективной реализации основной образовательной программы по всем циклам учебных дисциплин рабочего учебного плана, проведения учебных занятий, формирования у студентов устойчивых знаний и умений на кафедре активно применяются программные продукты учебного назначения, видеофильмы, аудиосредства.

Для обеспечения бесперебойной и устойчивой работы информационной системы института, приобретены лицензии на комплексное антивирусное обслуживание всех сетевых терминалов и рабочих мест, выделены антивирусный и почтовый серверы.

Информационное обеспечение образовательного процесса в институте совершенствует технологические приемы и способы педагогического взаимодействия профессорско-преподавательского состава и студентов, способствует интенсификации учебного процесса, улучшает его информационно-ресурсные возможности.

Наряду с классическими формами обучения на профилирующей кафедре рекламы и связей с общественностью и кафедрах, осуществляющих учебный процесс по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в рамках ОПОП, предусматривается:

- использование деловых игр, исследования конкретных управленческих ситуаций, тестирование, имитационное обучение и иные интерактивные формы занятий в объеме не менее 20%;

- приглашение ведущих специалистов – практиков из числа руководителей предприятий для проведения мастер – классов по дисциплинам профессионального цикла;

- применение образовательных баз знаний и информационных ресурсов глобальной сети Internet для расширения возможностей изучения дисциплин учебного плана и ознакомления с последними достижениями в различных отраслях науки и техники;

- применение ПЭВМ и программ компьютерной графики по циклам общих математических и естественнонаучных, общепрофессиональных и специальных дисциплин при проведении практических занятий, курсового проектирования и выполнении ВКР.

Для самостоятельной работы студентов предусматривается разработка по всем дисциплинам ОПОП методических рекомендаций, с помощью которых студент организует свою работу. В процессе самостоятельной работы студенты имеют возможность контролировать свои знания с помощью разработанных тестов по дисциплинам специальности.

В дисциплинах профессионального цикла предусмотрено использование инновационных технологий (интерактивные доски, средства телекоммуникации, мультимедийные проекторы, сочлененные с ПЭВМ, специализированное программное).

Кроме того, в образовательном процессе используются следующие инновационные методы:

- применение электронных мультимедийных учебников и учебных пособий;

- применение активных методов обучения, «контекстного обучения» и «обучения на основе опыта»;

- использование проектно-организационных технологий обучения работе в команде над комплексным решением практических задач.

7.3 Основные материально-технические условия для реализации образовательной программы.

Материально-техническое обеспечение включает в себя следующее:

- лекционные аудитории (оборудованные видеопроеционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и компьютерами, имеющим выход в сеть Интернет);

- аудитории для проведения семинарских и практических занятий (оборудованные мебелью);

- кабинеты для занятий по иностранному языку (оснащенные лингафонным оборудованием);

- библиотеку (имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети интернет);

- актовый зал;

- помещения для самостоятельной работы и курсового проектирования;

- помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;

– компьютерные классы.

В настоящее время институт располагает лингафонным классом, 4 компьютерными классами.

Студентам обеспечены возможности выступления с аудио (лингвистический кабинет, лазерные диски с обучающими программами), видео (проигрыватели DVD) и графическим сопровождением (презентации в аудиториях оснащенных интерактивной доской и проекторами). Кроме этого в аудиториях института созданы все условия для проведения практических занятий. Имеется компьютерные классы, где проводятся практические занятия, подготовка выпускных и курсовых работ, которые оснащены необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

8. Особенности организации образовательного процесса по образовательной программе

8.1. Организация образовательного процесса по ОПОП для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Особенности организации образовательного процесса по образовательной программе для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья определяются локальным нормативным актом Института.

8.2. Организация образовательного процесса с использованием сетевой формы обучения

Сетевая форма реализации образовательных программ обеспечивает возможность освоения обучающимся образовательной программы с использованием ресурсов нескольких организаций, осуществляющих образовательную деятельность, в том числе иностранных, а также при необходимости с использованием ресурсов иных организаций. Порядок реализации образовательной программы в сетевой форме определяется локальным нормативным актом Института.

8.3. Организация образовательного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

При реализации образовательных программ могут использоваться различные образовательные технологии, в том числе дистанционные образовательные технологии, электронное обучение. Порядок организации образовательного с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий определяется локальным нормативным актом Института.