

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КЕМЕРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ

Ректор КемГУ

 А. Ю. Просеков

8 апреля 2020 г.

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

направление подготовки

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Направленность программы

**«Связи с общественностью в социальной сфере»**

Уровень профессионального образования

Высшее образование – бакалавриат

Квалификация

**Бакалавр**

Форма обучения

Очно-заочная

Кемерово 2020

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КЕМЕРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ



Проректор по УР

Р. М. Котов

8 апреля 2020 г.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА  
ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ  
ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

направление подготовки

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Направленность (профиль) программы

**«Связи с общественностью в социальной сфере»**

Уровень профессионального образования

Высшее образование – бакалавриат

Квалификация

**Бакалавр**

Форма обучения

Очно-заочная

Кемерово 2020

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования.....</b>	<b>4</b>
1.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам – бакалавр.....	6
1.3. Виды профессиональной деятельности выпускника, к которым готовятся выпускники.....	6
1.4. Направленность (профиль) основной образовательной программы – .....	6
1.5 Планируемые результаты освоения основной образовательной программы (паспорт компетенций).....	7
1.6 Планируемые результаты обучения по каждой дисциплине (модулю) и практике – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы .....	18
1.7 Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации основной образовательной программы.	49
<b>2. Иные сведения .....</b>	<b>50</b>
2.1. Перечень методов, средств обучения и образовательных технологий (с краткой характеристикой) .....	509
2.2. Нормативные документы для разработки ОПОП .....	54
2.3. Особенности организации образовательного процесса по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья .....	55

## **1. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования**

1.1. Цели ОПОП бакалавриата - подготовка квалифицированных выпускников, обладающих необходимыми компетенциями, востребованных на рынке труда; развитие у студентов личностных качеств, а также формирование универсальных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и Профессиональных стандартов:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 04.09.2014 N 33973).

«Специалист по информационным ресурсам» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 26.09.2014 г. № 34136).

Обеспечение гарантии качества подготовки осуществляется в соответствии с требованиями образовательного стандарта и с Программой развития Кемеровского государственного университета до 2022 г.

Основная профессиональная образовательная программа составлена с учетом запросов населения региона в получении профессионального образования, в формировании исследовательских, профессиональных и общекультурных компетенций. Институт, реализующий данную ОПОП, формирует условия для максимальной гибкости и индивидуализации образовательного процесса, предоставляя каждому студенту возможности обучения по индивидуальному плану и самостоятельного набора профессиональных компетенций после освоения базовых дисциплин, предоставляя возможность построения гибких индивидуальных траекторий.

Организация учебного процесса в рамках реализуемой ОПОП осуществляется с максимальным использованием элементов научных исследований, инновационных технологий.

Важными характеристиками ОПОП являются оперативное обновление образовательных технологий, внедрение новых информационных технологий обучения, в том числе за счет создания электронно-образовательной среды, разработки и обновления учебников и учебных пособий (включая электронные) в соответствии с требованиями образовательного стандарта, организация учебного процесса с максимальным использованием элементов научных исследований, инновационных технологий, обеспечение доступа к российским и мировым информационным ресурсам, обеспечение развития электронной библиотеки.

### **1.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам – бакалавр.**

### **1.3. Виды профессиональной деятельности выпускника, к которым готовятся выпускники**

Программа бакалавриата ориентирована на научно-исследовательский вид профессиональной деятельности как основной (программа академического бакалавриата): рыночно-исследовательская и прогнозно-

аналитическая профессиональная деятельность.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата, готов решать следующие профессиональные задачи:

*проектная:*

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

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

*маркетинговая:*

участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;

написание аналитических отчетов, обзоров и прогнозов;

разработка маркетинговых стратегий продвижения товаров, услуг;

*организационная:*

участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

участие в управлении информацией из различных источников, информационными ресурсами;

*социально-просветительская:*

участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;

участие в написании информационных материалов для сайта, ведении новостных лент и представительств в социальных сетях;

участие в модерировании обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях.

Выпускники, освоившие программу бакалавриата (далее - выпускники), могут осуществлять следующие виды профессиональной деятельности:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации);

сфера рекламы и связей с общественностью.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их

образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

#### **1.4. Направленность (профиль) основной образовательной программы –**

Образовательная программа имеет направленность (профиль) подготовки «Связи с общественностью в социальной сфере».

Профиль основной образовательной программы соответствует перечню профилей ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация «бакалавр»).

В программу включены учебные дисциплины, направленные на формирование соответствующих профессиональных компетенций. Актуальность профиля основной образовательной программы «Связи с общественностью в социальной сфере» определяется возрастающей потребностью в кадрах, подготовленных для информационного сопровождения социальной работы, проводимой как государственными, так и негосударственными учреждениями и организациями с целью повышения качества социальных услуг, оказываемых населению. Оказание социальных услуг населению – это одно из приоритетных направлений политики государственных органов власти Кемеровской области. Государственные социальные проекты, проводимые с целью развития человеческого капитала населения Кузбасса, нуждаются во всестороннем продвижении и рекламе.

Отдельным направлением деятельности в сфере связей с общественностью является информационное сопровождение государственной политики в сфере межнациональных и межконфессиональных отношений; в условиях роста миграционных процессов, прежде всего растущей миграции в Кемеровскую область эта область деятельности становится все более актуальной.

Связи с общественностью – одно из важных направлений работы государственных и негосударственных организаций, предприятий всех форм собственности в Кемеровской области. В этой сфере задействовано достаточно большое количество работников, большинство из которых, не имеют специальной подготовки в области связей с общественностью и рекламы.

Кемеровская область является одним из ключевых регионов России, она обладает огромным промышленным и человеческим потенциалом. Стоящие перед регионом задачи всесторонней модернизации, перехода от сырьевой к инновационной экономике, развития наукоемких производств, повышения конкурентоспособности кузбасских предприятий на российском и международном рынке, полноценной интеграции в глобальные экономические процессы, несомненно, потребуют активизации работы в области связей с общественностью, проводимой государственными учреждениями и промышленными предприятиями.

В регионе требуются квалифицированные специалисты нового поколения, обладающие всесторонними междисциплинарными знаниями в области современной психологии, социологии, журналистики, иностранных

языков, экономики и права, способных к самостоятельной практической деятельности в области связей с общественностью и рекламы. Традиционные модели рекламы и связи с общественностью трансформируются и влекут за собой профессиональные изменения. Умение эффективно использовать новые информационно-коммуникационные технологии в своей профессиональной деятельности является социальным заказом, отраженным в требованиях профессиональных стандартов.

### 1.5. Планируемые результаты освоения основной образовательной программы (паспорт компетенций)

Результаты освоения ОПОП *бакалавриата* определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т. е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с выбранным видом (видами) профессиональной деятельности.

В результате освоения данной ОПОП *бакалавриата* выпускник должен обладать следующими компетенциями:

Наименование категории (группы) компетенций по ФГОС ВО	Код и наименование компетенции	Результат освоения
<b>Универсальные</b>		
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p><b>Знать:</b> основы системного анализа; методы регистрации, описания и анализа данных;</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать систему (выделять компоненты и связи между ними); выполнять операции дифференцирования и интегрирования функций необходимые для анализа различных социально-экономических систем, решать задачи математической статистики, уметь применять полученные навыки для обработки статистических данных в разных областях естественно-научного знания, дисциплинах профессионального цикла и научно-исследовательской работе.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками системного мышления; навыками критически оценивать аргументы, допущения, и данные, чтобы вынести суждение.</p>

<p>Разработка и реализация проектов</p>	<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p><b>Знать:</b> международные и российские нормативные акты, регламентирующие деятельность по рекламе и связям с общественностью; основы проектной деятельности. <b>Уметь:</b> определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения; реально оценивать имеющиеся ресурсы и ограничения для реализации поставленных целей и задач; применять законодательные нормы РФ в профессиональной деятельности. <b>Владеть:</b> навыками разработки и реализации проектов; навыками составления документов в рамках действующего законодательства</p>
<p>Командная работа и лидерство</p>	<p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p><b>Знать:</b> психологические особенности работы в команде; социально-психологические закономерности, основы групповой динамики, приемы эффективного взаимодействия; основные виды командных ролей: <b>Уметь:</b> работать в команде, анализировать ситуацию и проблемы целевой группы; корректно вести полемику, аргументировать свою точку зрения. <b>Владеть:</b> навыками эффективной командной работы; социально-психологическими методами исследования группового процесса.</p>
<p>Коммуникация</p>	<p>УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p><b>Знать:</b> грамматические основы и правила русского и иностранного языков; основы деловой коммуникации. <b>Уметь:</b> проводить анализ конкретной речевой ситуации; оценивать степень эффективности делового общения, определяя причины коммуникативных удач и неудач; выявлять и устранять собственные речевые ошибки; создавать высказывания, учитывая</p>

		<p>коммуникативные качества речи; выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками деловой коммуникации; воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на русском и английском языке; навыками нормативного и стилистически целесообразного использования языковых средств;</p>
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p><b>Знать:</b> основные этапы истории развития общества, его социальной культуры; философско-этические аспекты межкультурных различий в обществе; значение культуры как формы человеческого существования.</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать исторические факты, явления, процессы, применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы исторической науки в аспекте развития толерантности;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками межкультурной коммуникации, основанными на уважении к историческому наследию и культурным традициям; навыками толерантного восприятия социальных и культурных различий</p>
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<p><b>Знать:</b> основы самоорганизации и самообразования; основы тайм-менеджмента.</p> <p><b>Уметь:</b> эффективно управлять своим временем; повышать свою профессиональную квалификацию в области реализации трудовых функций; критически оценивать собственную личность.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками самообразования и саморазвития; навыками планирования своего времени, расставлять приоритеты</p>

		в делах, распределять ресурсы.
	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<p><b>Знать:</b> резервные возможности человеческого организма и методы их активизации.</p> <p><b>Уметь:</b> применять методы физического воспитания и самовоспитания в целях оздоровления организма и использовать средства физической культуры для оптимизации собственной работоспособности.</p> <p><b>Владеть:</b> культурой здоровья, методами физической культуры; навыками физических упражнений, физической выносливости, подготовленности организма к серьезным физическим нагрузкам в экстремальных ситуациях, навыками укрепления здоровья.</p>
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	<p><b>Знать:</b> Основы современного медицинского знания; возможные источники опасностей, угроз, аварий и катастроф в современном обществе.</p> <p><b>Уметь:</b> оказать психологическую, информационную и физическую помощь населению в ситуации природного или техногенного бедствия.</p> <p><b>Владеть:</b> новыми методами защиты населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий; методами противодействия коррупции.</p>
<b>Общепрофессиональные</b>		
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p><b>Знать:</b> нормы и правила русского и иностранного языков; основные понятия, теоретические концепции медиатекста, рекламного текста;</p> <p><b>Уметь:</b> создавать основные типы медиатекстов, рекламных текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы на русском и иностранном языках.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками литературного редактирования, копирайтинга, создания основных</p>

		типов рекламных текстов на русском и иностранном языках.
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p><b>Знать:</b> современные тенденции развития общественных, государственных и политических институтов;</p> <p>теоретико-методологические основы построения эффективного взаимодействия субъектов социальной сферы.</p> <p><b>Уметь:</b> отразить деятельность и тенденции развития социальных институтов в медиатексте;</p> <p>определять приоритетные для медиатекстов темы;</p> <p>планировать и разрабатывать программы в PR-консалтинге;</p> <p>участвовать в экспертно-консультационной деятельности;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками подготовки медиатекстов в области связей с общественностью;</p> <p>навыками организации эффективной внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;</p> <p>проведения консалтинга в социальной сфере, в сферах бизнеса, политики и т. д.</p>
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p><b>Знать:</b> основы мировой и отечественной культуры;</p> <p>основные понятия, концепции эффективной коммуникации;</p> <p>основные принципы организации рекламных компаний.</p> <p>базовые теоретические положения и практические аспекты интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью);</p> <p><b>Уметь:</b> создавать медиатексты по продвижению продукции с учетом отечественной и мировой культуры.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками создания медиапродуктов с учетом социальных и культурных норм.</p> <p>навыками работы с рекламными и</p>

		PR-текстами методами гендерного анализа. средствами практической интеграции рекламных и PR-коммуникаций при решении профессиональных задач.
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<b>Знать:</b> методологию и методику проведения опросов общественного мнения, исследования аудитории; основные методы сбора, обработки, анализа, наглядного представления результатов исследования; особенности восприятия аудиторией отдельных выразительных средств; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность <b>Уметь:</b> использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов исследования. <b>Владеть:</b> навыками проведения исследования аудитории по выявлению ее запросов и потребностей; методами выявления эффективности продвижения продукции и определение путей ее повышения..
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их	<b>Знать:</b> основы, тенденции и проблемы развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические, экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования медиакоммуникационных систем, требования информационной безопасности в современном

	<p>функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>обществе. основные виды, этапы, закономерности осуществления, требования к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p><b>Уметь:</b> проводить кампании различных видов в сфере связей с общественностью, анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий; использовать инструменты новых массмедиа в профессиональной деятельности.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками формирования имиджа в профессиональной деятельности: личного имиджа, имиджа организации, имиджа территории; навыками проведения рекламных, информационных, пропагандистских PR-кампаний с использованием инструментов массмедиа.</p>
Технологии	<p>ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p><b>Знать:</b> основы телекоммуникационных и компьютерных технологий и их применение в связях с общественностью; основные возможности программных средств подготовки медиапродукта в разных форматах и приемы работы с ним;</p> <p><b>Уметь:</b> пользоваться наиболее распространенными программами создания и обработки медиапродукта для решения профессиональных задач; использовать современные технические средства в разработке рекламных и PR- проектов</p> <p><b>Владеть</b> навыками применения информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задач профессиональной деятельности, навыками защиты информации.</p>
Эффекты	<p>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной</p>	<p><b>Знать:</b> теоретико-методологические основы построения эффективного взаимодействия пресс служб и</p>

	<p>деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>СМИ;  возрастные и психологические особенности восприятия рекламы;  причины возникновения, методы регулирования и предотвращения конфликтов.  <b>Уметь:</b> учитывать эффекты и социальные последствия в организации и проведении рекламных, PR-кампаний, экспертно-консультационной деятельности;  нести социальную ответственность за последствия своей профессиональной деятельности.  <b>Владеть:</b> методами оценки эффективности проведения кампаний в сфере профессиональной деятельности;  методами регулирования и предотвращения конфликтов.</p>
--	--	--

### **Профессиональные компетенции**

#### *Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»:*

	<p>ПК-1. Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ</p>	<p><b>Знать:</b> маркетинговые технологии;  основные способы сбора, обработки анализа и наглядного представления информации.  <b>Уметь:</b> использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты;  находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;  вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами);  составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров;  выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей;  составлять аналитические отчеты,</p>
--	---	---

		<p>проводить презентацию результатов маркетингового исследования.</p> <p><b>Владеть:</b> поиском статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; поиском и отбором организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; анализом на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ.</p>
	<p>ПК-2. Способен разработать маркетинговые стратегии для продукции СМИ</p>	<p><b>Знать:</b> организацию системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж; маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов.</p> <p><b>Уметь:</b> использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты; разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение.</p> <p><b>Владеть:</b> маркетинговыми технологиями и инструментами для донесения до потребителя необходимой информации; навыками разработки плана мероприятий по продвижению</p>

		продукции СМИ.
<b>Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам»</b>		
	ПК-3. Способен осуществлять поиск информации по тематике сайта	<p><b>Знать:</b> принципы и механизмы работы поисковых систем, функциональные возможности популярных сервисов поиска; методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах; принципы работы с источниками информации и методы ее сбора.</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять навигацию по различным веб-ресурсам, регистрироваться на сайтах; работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами; выявлять потенциальные источники информации; определять ключевые слова текста, необходимые для проведения поиска информации;</p> <p><b>Владеть:</b> различными методами поиска информации в Интернет (по ключевым словам, с помощью каталогов).</p>
	ПК-4. Способен написать информационные материалы для сайта	<p><b>Знать:</b> принципы копирайтинга и рерайта; основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок)</p> <p><b>Уметь:</b> писать тексты литературным, техническим и рекламным языком; реферировать, аннотировать и модифицировать тексты;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками написания информационных материалов в области рекламы и связей с общественностью; текстовым редактором.</p>
	ПК-5. Способен редактировать информацию на сайте	<p><b>Знать:</b> правила и виды редактирования информации.</p> <p><b>Уметь:</b> работать с большими объемами информации; реферировать, аннотировать и модифицировать тексты.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками редактирования информации; адаптации текстовых материалов для внутренне поисковой</p>

		оптимизации.
	ПК-6. Способен к ведению новостных лент и представительств в социальных сетях	<p><b>Знать:</b> технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте; высокий уровень знания русского языка (орфография, пунктуация, стилистика).</p> <p><b>Уметь:</b> писать аннотации к событиям и новостям; подбирать иллюстрации для веб-страниц и статей; работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками составления кратких и развернутых текстов объявлений для размещения на сайте, в социальных сетях, форумах и на тематических порталах; подбора графических иллюстраций на веб-страницы для повышения конверсии; владеть функциональными особенностями популярных социальных сетей; сбора и обработки материалов для электронных рассылок.</p>
	ПК-7. Способен модерировать обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях	<p><b>Знать:</b> правила модерирования обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях. специальную терминологию и веб-этикет; виды спама и нежелательного контента, методы и средства борьбы с ними.</p> <p><b>Уметь:</b> вести диалоги и управлять дискуссиями с участием большого числа активных пользователей; работать в интенсивном режиме, с большими объемами информации;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками модерирования сообщений и комментариев пользователей; управления дискуссиями с участниками сообществ.</p>
	ПК-8. Способен осуществлять нормативный контроль содержания сайта	<p><b>Знать:</b> законодательство, регулирующие средства массовой информации, размещение материалов в Интернете, защиту персональных данных и</p>

		<p>интеллектуальной собственности; отраслевые стандарты и нормы;</p> <p><b>Уметь:</b> проводить анализ материалов сайта на соответствие возрастным ограничениям; контролировать нарушения прав интеллектуальной собственности на веб-сайтах, где контент формируется пользователями; контролировать соблюдения стандартов отрасли для специализированных и отраслевых сайтов, установленных законодательством Российской Федерации, локальными актами организации</p> <p>контролировать размещения персональных данных.</p> <p><b>Владеть:</b> специализированным программным обеспечением для работы с нормативными и законодательными документами.</p>
	<p>ПК-9. Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами</p>	<p><b>Знать:</b> основные принципы и технологии управления проектами; содержание и методы решения задач по созданию и редактированию; основы менеджмента.</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять планирование работ по наполнению сайта; координировать работу по созданию и редактированию контента; осуществлять мониторинг и оценку результатов выполнения работ, формулировать замечания.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками составления планов работы, оценки их содержания и трудоемкости выполнения в зависимости от квалификации; вести документацию по проектам и работам.</p>
	<p>ПК-10. Способен к организации работ по созданию и редактированию контента</p>	<p><b>Знать:</b> содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.</p> <p><b>Уметь:</b> распределять и координировать работу по созданию и редактированию контента;</p>

		<p><b>Владеть:</b> навыками составления планов работы по созданию и редактированию контента, оценки их содержания и трудоемкости выполнения в зависимости от квалификации.</p>
	<p>ПК-11. Способен к управлению информацией из различных источников</p>	<p><b>Знать:</b> работу с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.</p> <p><b>Уметь:</b> вести мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках; оценить значимость и приоритетность получаемой информации.</p> <p><b>Владеть:</b> программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторингом информации в Интернет.</p>
	<p>ПК-12. Способен осуществлять контроль за наполнением сайта</p>	<p><b>Знать:</b> предметную область сайта, позволяющую оценить актуальность и полноту информационных материалов.</p> <p><b>Уметь:</b> дать оценку полноты сайта, его разделов, представительств в социальных сетях и определить необходимость для его пополнения; дать оценку актуальности материалов на сайте и определить необходимость их обновления.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа структурированной и неструктурированной информации.</p>
	<p>ПК-13. Способен анализировать информационные потребности посетителей сайта</p>	<p><b>Знать:</b> терминологию и ключевые параметры веб-статистики; основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов; популярные сервисы для сбора веб-статистики.</p> <p><b>Уметь:</b> провести общий анализ посещаемости сайта, выявить наиболее популярные страницы; анализировать структурированную и неструктурированную</p>

		информацию. <b>Владеть:</b> популярными сервисами для оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта; функциями CMS и социальных сетей для оценки посещаемости.
	ПК-14. Способен к поддержке процессов модернизации и продвижения сайта	<b>Знать:</b> основные процессы и методы разработки веб-сайтов; основные понятия и методы поисковой оптимизации. <b>Уметь:</b> формулировать требования к структуре и сервисам веб-сайта; <b>Владеть:</b> навыками тестирования функциональности сайта.

**1.6 Планируемые результаты обучения по каждой дисциплине (модулю) и практике – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы**

Блок/компонент	Наименование дисциплины	Компетенции	Результаты освоения ОПОП <i>Содержание компетенций</i>	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
<b>Б1</b>				
<b>Б1.Б Базовая часть</b>				
Б1.Б.1	<b>Иностранный язык</b>	УК-4, ОПК-1	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<b>Знать:</b> грамматические основы и правила иностранного языка. <b>Уметь:</b> проводить анализ конкретной речевой ситуации; оценивать степень эффективности общения, определяя причины коммуникативных удач и неудач; выявлять и устранять собственные речевые ошибки; создавать высказывания на английском языке, учитывая коммуникативные качества английской речи; <b>Владеть:</b> воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на английском языке; навыками нормативного и стилистически целесообразного использования языковых средств;
		ОПК-1.	Способен создавать	<b>Знать:</b> нормы и правила

			востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	иностранного языка. <b>Уметь:</b> создавать основные типы медиатекстов, рекламных текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы на иностранном языке. <b>Владеть:</b> навыками литературного редактирования, копирайтинга, создания основных типов рекламных текстов на иностранном языке.
Б1.Б.2	<b>История</b>	УК-5	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<b>Знать:</b> основные этапы истории развития общества, его социальной культуры; <b>Уметь:</b> анализировать исторические факты, явления, процессы, применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы исторической науки в аспекте развития толерантности.
Б1.Б.3	<b>Общая психология</b>	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<b>Знать:</b> психологические особенности работы в команде; <b>Уметь:</b> анализировать ситуацию и психологические проблемы целевой группы.
Б1.Б.4	<b>Философия</b>	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<b>Знать:</b> основы системного анализа. <b>Уметь:</b> анализировать систему (выделять компоненты и связи между ними). <b>Владеть:</b> навыками системного мышления.
		УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<b>Знать:</b> философско-этические аспекты межкультурных различий в обществе.
Б1.Б.5	<b>Экономика</b>	ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<b>Знать:</b> экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем.
Б1.Б.6	<b>Основы права</b>	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из	<b>Знать:</b> международные и российские нормативные акты, регламентирующие деятельность по рекламе и

			действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	связям с общественностью. <b>Уметь:</b> применять законодательные нормы РФ в профессиональной деятельности. <b>Владеть:</b> навыками составления документов в рамках действующего законодательства
		ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<b>Знать:</b> правовые и этические нормы регулирования медиакоммуникационных систем, требования информационной безопасности в современном обществе.
		ПК-8	Способен осуществлять нормативный контроль содержания сайта	<b>Знать:</b> законодательство, регулирующие средства массовой информации, размещение материалов в Интернете, защиту персональных данных и интеллектуальной собственности; отраслевые стандарты и нормы; <b>Уметь:</b> контролировать соблюдения стандартов отрасли для специализированных и отраслевых сайтов, установленных законодательством Российской Федерации, локальными актами организации; контролировать размещения персональных данных.
Б1.Б.7	<b>Высшая математика</b>	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<b>Уметь:</b> выполнять операции дифференцирования и интегрирования функций необходимые для анализа различных социально-экономических систем.
Б1.Б.8	<b>Современные информационные технологии в социальных науках</b>	ПК-7	Способен модерировать обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях	<b>Знать:</b> виды спама и нежелательного контента, методы и средства борьбы с ними. <b>Уметь:</b> работать в интенсивном режиме, с большими объемами информации;
		ПК-9	Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами	<b>Знать:</b> содержание и методы решения задач по созданию и редактированию;

				<p><b>Уметь:</b> осуществлять планирование работ по наполнению сайта; координировать работу по созданию и редактированию контента; осуществлять мониторинг и оценку результатов выполнения работ, формулировать замечания.</p>
Б1.Б.9	<b>Теория вероятностей и математическая статистика</b>	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p><b>Знать:</b> методы регистрации, описания и анализа статистических данных.</p> <p><b>Уметь:</b> решать задачи математической статистики; уметь применять полученные навыки для обработки статистических данных в разных областях естественно-научного знания, дисциплинах профессионального цикла и научно-исследовательской работе.</p>
		ПК-13	Способен анализировать информационные потребности посетителей сайта	<p><b>Знать:</b> Терминологию и ключевые параметры веб-статистики; основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов; популярные сервисы для сбора веб-статистики</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать структурированную и неструктурированную информацию.</p>
Б1.Б.10	<b>Концепции современного естествознания</b>	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p><b>Уметь:</b> применять полученные навыки для обработки статистических данных в разных областях естественно-научного знания.</p>
Б1.Б.11	<b>Социология</b>	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p><b>Знать:</b> социальные закономерности, основы групповой динамики, приемы эффективного взаимодействия;</p> <p><b>Владеть:</b> социологическими методами исследования группового процесса</p>
		ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p><b>Знать:</b> современные тенденции развития общественных, государственных и политических институтов; теоретико-методологические основы построения эффективного взаимодействия субъектов</p>

				социальной сферы.
Б1.Б.12	<b>Основы теории коммуникации</b>	ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<b>Знать:</b> основные понятия, концепции эффективной коммуникации.
Б1.Б.13	<b>Социология массовых коммуникаций</b>	ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<b>Знать:</b> основы, тенденции и проблемы развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. <b>Владеть:</b> навыками проведения рекламных, информационных, пропагандистских PR-кампаний с использованием инструментов массмедиа.
Б1.Б.14	<b>Методы сбора и анализа социальной информации</b>	ПК-3	Способен осуществлять поиск информации по тематике сайта	<b>Знать:</b> принципы работы с источниками информации и методы ее сбора. <b>Владеть:</b> различными методами поиска информации в Интернет (по ключевым словам, с помощью каталогов).
Б1.Б.15	<b>Теория и практика массовой информации</b>	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<b>Уметь:</b> отразить деятельность и тенденции развития социальных институтов в ;медиатексте; определять приоритетные для медиатекстов темы. <b>Владеть:</b> навыками подготовки медиатекстов в области связей с общественностью.
		ПК-11	Способен к управлению информацией из различных источников	<b>Уметь:</b> вести мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках; оценить значимость и приоритетность получаемой информации.
Б1.Б.16	<b>Социальная психология</b>	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<b>Знать:</b> социально-психологические закономерности, основы групповой динамики, приемы эффективного взаимодействия; основные виды командных ролей; <b>Уметь:</b> работать в команде, анализировать ситуацию и проблемы целевой группы; корректно вести

				<p>полемику, аргументировать свою точку зрения.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками эффективной командной работы; социально-психологическими методами исследования группового процесса.</p>
Б1.Б.17	<b>Психология рекламы</b>	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<b>Знать:</b> особенности восприятия аудиторией отдельных выразительных средств.
Б1.Б.18	<b>Безопасность жизнедеятельности</b>	УК-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	<p><b>Знать:</b> Основы современного медицинского знания; возможные источники опасностей, угроз, аварий и катастроф в современном обществе.</p> <p><b>Уметь:</b> оказать психологическую, информационную и физическую помощь населению в ситуации природного или техногенного бедствия.</p> <p><b>Владеть:</b> новыми методами защиты населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.</p>
Б1.Б.19	<b>Физическая культура</b>	УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<p><b>Уметь:</b> применять методы физического воспитания и самовоспитания в целях оздоровления организма и использовать средства физической культуры для оптимизации собственной работоспособности.</p> <p><b>Владеть:</b> культурой здоровья, методами физической культуры; навыками физических упражнений, физической выносливости, подготовленности организма к серьезным физическим нагрузкам в экстремальных ситуациях, навыками укрепления здоровья.</p>
<b>Б1. В Вариативная часть</b>				
<b>Б1.В.ОД Обязательные дисциплины</b>				
Б1.В.ОД.1	<b>Русский язык и культура речи</b>	УК-4	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	<p><b>Знать:</b> грамматические основы и правила русского языка.</p> <p><b>Уметь:</b> проводить анализ конкретной речевой ситуации;</p>

		ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p>оценивать степень эффективности общения, определяя причины коммуникативных удач и неудач; выявлять и устранять собственные речевые ошибки; создавать высказывания на русском языке, учитывая коммуникативные качества речи;</p> <p><b>Владеть:</b> воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную деловую информацию на русском языке; навыками нормативного и стилистически целесообразного использования языковых средств.</p> <p><b>Знать:</b> нормы и правила русского языка;</p> <p><b>Уметь:</b> создавать основные типы медиатекстов, рекламных текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы на русском языке.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками литературного редактирования, копирайтинга, создания основных типов рекламных текстов на русском языке.</p>
Б1.В.ОД.2	<b>Управление проектами</b>	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<p><b>Знать:</b> основы проектной деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b> определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения; реально оценивать имеющиеся ресурсы и ограничения для реализации поставленных целей и задач;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками разработки и реализации проектов.</p>
		ПК-9	Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами	<p><b>Знать:</b> основные принципы и технологии управления проектами.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками составления планов работы, оценки их содержания и</p>

				трудоёмкости выполнения в зависимости от квалификации; вести документацию по проектам и работам.
Б1.В.ОД.3	<b>Основы интегрированных коммуникаций</b>	ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<b>Знать:</b> базовые теоретические положения и практические аспекты интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью); <b>Уметь:</b> создавать медиатексты по продвижению продукции с учетом отечественной и мировой культуры. <b>Владеть:</b> навыками создания медиапродуктов с учетом социальных и культурных норм; средствами практической интеграции рекламных и PR-коммуникаций при решении профессиональных задач.
		ПК-2	Способен разработать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	<b>Уметь:</b> интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций:
Б1.В.ОД.4	<b>Телекоммуникационные и компьютерные технологии в связях с общественностью</b>	ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<b>Знать:</b> основы телекоммуникационных и компьютерных технологий и их применение в связях с общественностью; основные возможности программных средств подготовки медиапродукта в разных форматах и приемы работы с ним; <b>Уметь:</b> пользоваться наиболее распространенными программами создания и обработки медиапродукта для решения профессиональных задач; использовать современные технические средства в разработке рекламных и PR-проектов <b>Владеть:</b> навыками применения информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задач профессиональной деятельности, навыками защиты информации.

		ПК-10	Способен к организации работ по созданию и редактированию контента	<b>Уметь:</b> распределять и координировать работу по созданию и редактированию контента; <b>Владеть:</b> навыками составления планов работы, оценки их содержания и трудоемкости выполнения в зависимости от квалификации.
		ПК-11	Способен к управлению информацией из различных источников	<b>Знать:</b> работу с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами. <b>Владеть:</b> программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторингом информации в Интернет.
		ПК-13	Способен анализировать информационные потребности посетителей сайта	<b>Уметь:</b> провести общий анализ посещаемости сайта, выявить наиболее популярные страницы; <b>Владеть:</b> популярными сервисами для оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта; функциями CMS и социальных сетей для оценки посещаемости.
Б1.В.ОД.5	Культурология	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<b>Знать:</b> значение культуры как формы человеческого существования. <b>Владеть:</b> навыками межкультурной коммуникации, основанными на уважении к историческому наследию и культурным традициям; навыками толерантного восприятия социальных и культурных различий.
		ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<b>Знать:</b> основы мировой и отечественной культуры.
Б1.В.ОД.6	<b>Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью</b>	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<b>Знать:</b> корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность. <b>Владеть:</b> методами

				выявления эффективности продвижения продукции и определение путей ее повышения
Б1.В.ОД.7	<b>Методология исследования процессов в связях с общественностью и рекламе</b>	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<b>Знать:</b> методы регистрации, описания и анализа данных; <b>Владеть:</b> навыками критически оценивать аргументы, допущения, и данные, чтобы вынести суждение
Б1.В.ОД.8	<b>Связи с общественностью</b>	ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<b>Знать:</b> политические, экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования медиакommunikационных систем; основные виды, этапы, закономерности осуществления, требования к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий. <b>Уметь:</b> проводить кампании различных видов в сфере связей с общественностью, анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий; <b>Владеть:</b> навыками проведения рекламных, информационных, пропагандистских PR-кампаний с использованием инструментов массмедиа.
Б1.В.ОД.9	<b>Социальная реклама</b>	ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<b>Знать:</b> основные виды, этапы, закономерности осуществления, требования к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий. <b>Уметь:</b> использовать инструменты новых массмедиа в профессиональной деятельности. <b>Владеть:</b> навыками проведения рекламных, информационных, пропагандистских PR-кампаний с использованием инструментов массмедиа
Б1.В.ОД.10	<b>Основы менеджмента</b>	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в	<b>Знать:</b> основы тайм-менеджмента. <b>Уметь:</b> эффективно управлять своим временем.

			течение всей жизни	
		ПК-9	Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами	<b>Знать:</b> основы менеджмента. <b>Уметь:</b> осуществлять планирование работ; координировать работу; осуществлять мониторинг и оценку результатов выполнения работ, формулировать замечания.
Б1.В.ОД.11	Социологические проблемы изучения общественного мнения	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<b>Знать:</b> методологию и методику проведения опросов общественного мнения, исследования аудитории; основные методы сбора, обработки, анализа, наглядного представления результатов исследования; <b>Уметь:</b> использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов исследования. <b>Владеть:</b> навыками проведения исследования аудитории по выявлению ее запросов и потребностей.
		ПК-1	Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ	<b>Уметь:</b> выявлять существенные характеристики целевой аудитории потребителей.
Б1.В.ОД.12	Маркетинг	ПК-1	Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ	<b>Знать:</b> маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки анализа и наглядного представления информации. <b>Уметь:</b> использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты; находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; вести деловые

				<p>переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования.</p> <p><b>Владеть:</b> поиском статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; поиском и отбором организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; анализом на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ</p>
		ПК-2	Способен разработать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	<p><b>Знать:</b> организацию системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж; маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов.</p> <p><b>Уметь:</b> использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и</p>

				<p>специализированные программные продукты; разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение.</p> <p><b>Владеть:</b> маркетинговыми технологиями и инструментами для донесения до потребителя необходимой информации; навыками разработки плана мероприятий по продвижению продукции СМИ.</p>
Б1.В.ОД.13	<b>Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью</b>	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p><b>Знать:</b> теоретико–методологические основы построения эффективного взаимодействия пресс служб и СМИ.</p> <p><b>Уметь:</b> учитывать эффекты и социальные последствия в организации и проведении рекламных, PR-кампаний,</p> <p><b>Владеть:</b> методами оценки эффективности проведения кампаний в сфере профессиональной деятельности;</p>
Б1.В.ОД.14	<b>Реклама в коммуникационном процессе</b>	ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p><b>Знать:</b> основные понятия, теоретические концепции медиатекста, рекламного текста;</p> <p><b>Уметь:</b> создавать основные типы медиатекстов, рекламных текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы на русском и иностранном языках.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками литературного редактирования, копирайтинга, создания основных типов рекламных текстов на русском и иностранном языках.</p>
		ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и	<p><b>Уметь:</b> использовать инструменты новых массмедиа в рекламной кампании</p> <p><b>Владеть:</b> навыками проведения рекламных</p>

			экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	кампаний с использованием инструментов массмедиа.
Б1.В.ОД.15	<b>Социология конфликтов</b>	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<b>Знать:</b> причины возникновения, методы регулирования и предотвращения конфликтов. <b>Владеть:</b> методами регулирования и предотвращения конфликтов.
Б1.В.ОД.16	<b>Введение в специальность</b>	ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<b>Знать:</b> основные принципы организации рекламных компаний;
Б1.В.ОД.17	<b>Основы брендинга</b>	ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<b>Уметь:</b> проводить кампании различных видов в сфере связей с общественностью, анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий; использовать инструменты новых массмедиа в профессиональной деятельности. <b>Владеть:</b> навыками формирования имиджа в профессиональной деятельности: личностного имиджа, имиджа организации, имиджа территории; навыками проведения рекламных, информационных, пропагандистских PR-кампаний с использованием инструментов массмедиа.
Б1.В.ОД.18	<b>Стилистика и литературное редактирование</b>	ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<b>Владеть:</b> навыками литературного редактирования, копирайтинга, создания основных типов рекламных текстов.
		ПК-4	Способен написать информационные материалы для сайта	<b>Знать:</b> принципы копирайтинга и рерайта; <b>Уметь:</b> писать тексты литературным,

				техническим и рекламным языком; <b>Владеть:</b> текстовым редактором.
		ПК-5	Способен редактировать информацию на сайте	<b>Знать:</b> правила и виды редактирования информации. <b>Владеть:</b> навыками редактирования информации;
		ПК-6	Способен к ведению новостных лент и представительств в социальных сетях	<b>Знать:</b> высокий уровень знания русского языка (орфография, пунктуация, стилистика).
		ПК-12	Способен осуществлять контроль за наполнением сайта	<b>Уметь:</b> дать оценку актуальности материалов на сайте и определить необходимость их обновления.
Б1.В.ОД.19	<b>Особенности рекламного и PR-текста</b>	ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<b>Знать:</b> основные понятия, теоретические концепции медиатекста, рекламного текста; <b>Уметь:</b> создавать основные типы медиатекстов, рекламных текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы.
		ПК-4	Способен написать информационные материалы для сайта	<b>Знать:</b> основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок) <b>Уметь:</b> реферировать, аннотировать и модифицировать тексты; <b>Владеть:</b> навыками написания информационных материалов в области рекламы и связей с общественностью;
		ПК-5	Способен редактировать информацию на сайте	<b>Уметь:</b> работать с большими объемами информации; реферировать, аннотировать и модифицировать тексты. <b>Владеть:</b> адаптации текстовых материалов для внутренне поисковой оптимизации.
		ПК-6	Способен к ведению новостных лент и представительств в социальных сетях	<b>Знать:</b> технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте; <b>Уметь:</b> писать аннотации

				<p>к событиям и новостям; подбирать иллюстрации для веб-страниц и статей; работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками составления кратких и развернутых текстов для размещения на сайте, в социальных сетях, форумах и на тематических порталах; подбора графических иллюстраций на веб-страницы для повышения конверсии; владеть функциональными особенностями популярных социальных сетей; сбора и обработки материалов для электронных рассылок..</p>
		ПК-10	Способен к организации работ по созданию и редактированию контента	<b>Знать:</b> содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.
Б1.В.ОД.20	<b>PR-технологии в интернете и социальных сетях</b>	ПК-3	Способен осуществлять поиск информации по тематике сайта	<p><b>Знать:</b> принципы и механизмы работы поисковых систем, функциональные возможности популярных сервисов поиска; методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах;</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять навигацию по различным веб-ресурсам, регистрироваться на сайтах; работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами; выявлять потенциальные источники информации; определять ключевые слова текста, необходимые для проведения поиска информации;.</p>
		ПК-6	Способен к ведению новостных лент и представительств в социальных сетях	<p><b>Знать:</b> технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте;</p> <p><b>Уметь:</b> подбирать</p>

			<p>иллюстрации для веб-страниц и статей;          работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.  <b>Владеть:</b> навыками составления кратких и развернутых текстов объявлений для размещения на сайте, в социальных сетях, форумах и на тематических порталах;          подбора графических иллюстраций на веб-страницы для повышения конверсии;          владеть функциональными особенностями популярных социальных сетей;          сбора и обработки материалов для электронных рассылок.</p>
		ПК-7	<p>модерировать обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях</p> <p><b>Знать:</b> правила модерирования обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях.          специальной терминологии и веб-этикета;  <b>Уметь:</b> вести диалоги и управлять дискуссиями с участием большого числа активных пользователей;  <b>Владеть:</b> навыками модерирования сообщений и комментариев пользователей;          управления дискуссиями с участниками сообществ.</p>
		ПК-8	<p>Способен осуществлять нормативный контроль содержания сайта</p> <p><b>Уметь:</b> проводить анализ материалов сайта на соответствие возрастным ограничениям;          контролировать нарушения прав интеллектуальной собственности на веб-сайтах, где контент формируется пользователями;  <b>Владеть:</b> специализированным программным обеспечением для работы с нормативными и законодательными документами..</p>

		ПК-12	Способен осуществлять контроль за наполнением сайта	<b>Знать:</b> предметную область сайта, позволяющую оценить актуальность и полноту информационных материалов. <b>Уметь:</b> дать оценку полноты сайта, его разделов, представительств в социальных сетях и определить необходимость для его пополнения; <b>Владеть:</b> навыками анализа структурированной и неструктурированной информации.
		ПК-14	Способен к поддержке процессов модернизации и продвижения сайта	<b>Знать:</b> основные процессы и методы разработки веб-сайтов; основные понятия и методы поисковой оптимизации. <b>Уметь:</b> формулировать требования к структуре и сервисам веб-сайта. <b>Владеть:</b> навыками тестирования функциональности сайта.
Б1.В.ОД.21	<b>Формирование и продвижение имиджа территории</b>	ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<b>Владеть:</b> навыками формирования имиджа территории.
<b>Б1.В.ДВ Дисциплины по выбору</b>				
	<b>Элективные курсы по физической культуре и спорту</b>	УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<b>Знать:</b> резервные возможности человеческого организма и методы их активизации.
Б1.В.ДВ.1.1	<b>Психология развития и возрастная психология</b>	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<b>Знать:</b> возрастные и психологические особенности восприятия рекламы;
Б1.В.ДВ.1.2	<b>Практикум по социальной психологии</b>	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<b>Уметь:</b> критически оценивать собственную личность.. <b>Владеть:</b> навыками самообразования и саморазвития.

Б1.В.ДВ.1.3	<b>Социальная реабилитация (адаптационная дисциплина)</b>	УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<b>Знать:</b> резервные возможности человеческого организма и методы их активизации. <b>Уметь:</b> применять методы физического воспитания и самовоспитания в целях оздоровления организма и использовать средства физической культуры для оптимизации собственной работоспособности.
Б1.В.ДВ.2.1	<b>Основы социально-психологического тренинга</b>	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<b>Уметь:</b> нести социальную ответственность за последствия своей профессиональной деятельности
Б1.В.ДВ.2.2	<b>Психология общения</b>	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<b>Знать:</b> основы деловой коммуникации. <b>Уметь:</b> выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями. <b>Владеть:</b> навыками деловой коммуникации.
		ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<b>Владеть:</b> социально-психологическими методами регулирования и предотвращения конфликтов.
Б1.В.ДВ.2.3	<b>Адаптивное физическое воспитание (адаптационная дисциплина)</b>	УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<b>Владеть:</b> культурой здоровья, методами физической культуры; навыками физических упражнений, физической выносливости, подготовленности организма к серьезным физическим нагрузкам в экстремальных ситуациях, навыками укрепления здоровья.
Б1.В.ДВ.3.1	<b>Социология выборов</b>	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<b>Знать:</b> современные тенденции развития политических институтов; <b>Владеть:</b> навыками организации эффективной внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
Б1.В.ДВ.3.1	<b>Этнопсихология</b>	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<b>Владеть:</b> навыками межнациональной коммуникации, основанными на уважении к историческому наследию и культурным

				традициям; навыками толерантного восприятия международных различий
Б1.В.ДВ.4.1	<b>Консалтинг в связях с общественностью</b>	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<b>Уметь:</b> планировать и разрабатывать программы в PR-консалтинге; участвовать в экспертно-консультационной деятельности. <b>Владеть:</b> навыками проведения консалтинга в социальной сфере, в сферах бизнеса, политики и т. д.
		ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<b>Уметь:</b> учитывать эффекты и социальные последствия в организации и проведении экспертно-консультационной деятельности; нести социальную ответственность за последствия своей профессиональной деятельности.
Б1.В.ДВ.4.2	<b>Современные технологии бизнес консультирования</b>	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<b>Уметь:</b> планировать и разрабатывать программы PR-консалтинга в бизнесе; <b>Владеть:</b> навыками проведения консалтинга в сфере бизнеса.
Б1.В.ДВ.5.1	<b>Ивент-менеджмент</b>	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<b>Уметь:</b> учитывать эффекты и социальные последствия в организации и проведении рекламных, PR-кампаний. <b>Владеть:</b> методами оценки эффективности проведения кампаний в сфере профессиональной деятельности.
Б1.В.ДВ.5.2	<b>Гендерные основы PR и рекламы</b>	ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<b>Владеть:</b> навыками работы с рекламными и PR-текстами методами гендерного анализа.
Б1.В.ДВ.6.1	<b>Самоорганизация и управление временем</b>	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<b>Знать:</b> основы самоорганизации и самообразования; <b>Уметь:</b> повышать свою профессиональную квалификацию в области реализации трудовых функций; <b>Владеть:</b> навыками самообразования и

				саморазвития; навыками планирования своего времени, расставлять приоритеты в делах, распределять ресурсы.
Б1.В.ДВ.6.2	<b>Основы гендерологии</b>	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально- историческом, этическом и философском контекстах	<b>Владеть:</b> навыками толерантного восприятия социальных, культурных и гендерных различий
<b>Б2</b>	<b>Практики</b>			
Б2.У.1	<b>Практика по получению первичных профессиональ- ных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно- исследовательс- кой деятельности</b>	ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно- коммуникационные технологии	<b>Уметь:</b> пользоваться наиболее распространенными программами создания и обработки медиапродукта для решения профессиональных задач; использовать современные технические средства в разработке рекламных и PR- проектов <b>Владеть</b> навыками применения информационно- коммуникационных технологий для решения стандартных задач профессиональной деятельности, навыками защиты информации..
		ПК-1.	Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ	<b>Уметь:</b> использовать современные информационно- коммуникационные технологии и специализированные программные продукты; <b>Владеть:</b> поиском статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ.
		ПК-2	Способен разработать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	<b>Уметь:</b> использовать современные информационно- коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты;
		ПК-3	Способен осуществлять поиск информации по тематике сайта	<b>Уметь:</b> осуществлять навигацию по различным веб- ресурсам, регистрироваться на сайтах; работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами; выявлять потенциальные источники информации; определять ключевые слова текста, необходимые для проведения поиска информации; <b>Владеть:</b> различными методами поиска информации в

				Интернет (по ключевым словам, с помощью каталогов).
Б2.П.1	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<b>Уметь:</b> создавать основные типы медиатекстов, рекламных текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы на русском и иностранном языках. <b>Владеть:</b> навыками литературного редактирования, копирайтинга, создания основных типов рекламных текстов на русском и иностранном языках.
		ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<b>Уметь:</b> отразить деятельность и тенденции развития социальных институтов в ;медиатексте; определять приоритетные для медиатекстов темы; планировать и разрабатывать программы в PR-консалтинге; <b>Владеть:</b> навыками подготовки медиатекстов в области связей с общественностью; навыками организации эффективной внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
		ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<b>Уметь:</b> создавать медиатексты по продвижению продукции с учетом отечественной и мировой культуры. <b>Владеть:</b> навыками создания медиапродуктов с учетом социальных и культурных норм. навыками работы с рекламными и PR-текстами методами гендерного анализа. средствами практической интеграции рекламных и PR-коммуникаций при решении профессиональных задач.

		ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<b>Уметь:</b> выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; <b>Владеть:</b> методами выявления эффективности продвижения продукции и определение путей ее повышения .
		ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<b>Уметь:</b> использовать инструменты новых массмедиа в профессиональной деятельности. <b>Владеть:</b> навыками проведения рекламных, информационных, пропагандистских PR-кампаний с использованием инструментов массмедиа.
		ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<b>Уметь:</b> пользоваться наиболее распространенными программами создания и обработки медиапродукта для решения профессиональных задач; использовать современные технические средства в разработке рекламных и PR-проектов <b>Владеть</b> навыками применения информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задач профессиональной деятельности, навыками защиты информации.
		ПК-4	Способен написать информационные материалы для сайта	<b>Уметь:</b> писать тексты литературным, техническим и рекламным языком; реферировать, аннотировать и модифицировать тексты; <b>Владеть:</b> навыками написания информационных материалов в области рекламы и связей с общественностью; текстовым редактором.
		ПК-8	Способен осуществлять нормативный контроль содержания сайта	<b>Владеть:</b> специализированным программным обеспечением для работы с нормативными и законодательными документами; функциональными особенностями популярных социальных сетей.

		ПК-10	Способен к организации работ по созданию и редактированию контента	<p><b>Уметь:</b> распределять и координировать работы по созданию и редактированию контента;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками составления планов работы, оценки их содержания и трудоемкости выполнения в зависимости от квалификации.</p>
Б2.П.2	Организационно-управленческая	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p><b>Уметь:</b> использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов исследования.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками проведения исследования аудитории по выявлению ее запросов и потребностей; методами выявления эффективности продвижения продукции и определение путей ее повышения .</p>
		ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p><b>Уметь:</b> пользоваться наиболее распространенными программами создания и обработки медиапродукта для решения профессиональных задач; использовать современные технические средства в разработке рекламных и PR-проектов</p> <p><b>Владеть</b> навыками применения информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задач профессиональной деятельности, навыками защиты информации</p>
		ПК-1	Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ	<p><b>Уметь:</b> использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты; находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять</p>

			<p>необходимую документацию по реализации договоров;  выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей;  составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования.</p> <p><b>Владеть:</b> поиском статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; поиском и отбором организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; анализом на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ</p>
		ПК-2	<p>Способен разработать маркетинговые стратегии для продукции СМИ</p> <p><b>Уметь:</b> использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты; разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение.</p> <p><b>Владеть:</b> маркетинговыми технологиями и инструментами для донесения до потребителя необходимой информации; навыками разработки плана мероприятий по продвижению продукции СМИ.</p>
		ПК-4	<p>Способен написать информационные материалы для сайта</p> <p><b>Уметь:</b> писать тексты литературным, техническим и рекламным языком; реферировать, аннотировать и модифицировать тексты;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками написания информационных материалов в области рекламы и связей с</p>

			общественностью; текстовым редактором.
		ПК-5	Способен редактировать информацию на сайте
		ПК-6	Способен к ведению новостных лент и представительств в социальных сетях
		ПК-7	модерировать обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях
			<p><b>Уметь:</b> работать с большими объемами информации; реферировать, аннотировать и модифицировать тексты.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками редактирования информации; адаптации текстовых материалов для внутренней поисковой оптимизации.</p> <p><b>Уметь:</b> писать аннотации к событиям и новостям; подбирать иллюстрации для веб-страниц и статей; работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками составления кратких и развернутых текстов объявлений для размещения на сайте, в социальных сетях, форумах и на тематических порталах; подбора графических иллюстраций на веб-страницы для повышения конверсии; владеть функциональными особенностями популярных социальных сетей; сбора и обработки материалов для электронных рассылок.</p> <p><b>Уметь:</b> вести диалоги и управлять дискуссиями с участием большого числа активных пользователей; работать в интенсивном режиме, с большими объемами информации; обрабатывать комментарии пользователей, готовить оперативные ответы; вести базы данных и отчетов по обращениям, вопросам, жалобам; осуществлять модерирование сообщений и комментариев пользователей; управлять несколькими сообществами в социальных сетях; управлять дискуссиями с участниками сообществ; повышать посещаемость, снижать негативные реакции, поддерживать дружелюбную тональность в комментариях к официальным сообщениям организации; совершенствовать процессы модерации.</p>

				<b>Владеть:</b> функциональными особенностями популярных социальных сетей.
		ПК-12	Способен осуществлять контроль за наполнением сайта	<b>Уметь:</b> дать оценку полноты сайта, его разделов, представительств в социальных сетях и определить необходимость для его пополнения; дать оценку актуальности материалов на сайте и определить необходимость их обновления. <b>Владеть:</b> навыками анализа структурированной и неструктурированной информации.
		ПК-14	Способен к поддержке процессов модернизации и продвижения сайта	<b>Уметь:</b> формировать предложения по развитию сайта; поддерживать процессы проектирования сайта и анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания веб-сайта; поддерживать процессы разработки и тестирования новой функциональности веб-сайта, систем управления контентом; формулировать требования к структуре и сервисам веб-сайта. <b>Владеть:</b> навыками тестирования функциональности сайта.
Б2.Н.1	<b>Научно-исследовательская работа</b>	ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<b>Уметь:</b> создавать основные типы медиатекстов, рекламных текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы на русском и иностранном языках. <b>Владеть:</b> навыками литературного редактирования, копирайтинга, создания основных типов рекламных текстов на русском и иностранном языках.
		ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<b>Уметь:</b> отразить деятельность и тенденции развития социальных институтов в ;медиатексте; определять приоритетные для медиатекстов темы; планировать и разрабатывать программы в PR-консалтинге; участвовать в экспертно-консультационной деятельности; <b>Владеть:</b> навыками подготовки медиатекстов в области связей с общественностью;

			<p>навыками организации эффективной внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; проведения консалтинга в социальной сфере, в сферах бизнеса, политики и т. д.</p>
		ОПК-3	<p>Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>
		ОПК-4	<p>Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>
		ОПК-5	<p>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</p>
			<p><b>Уметь:</b> создавать медиатексты по продвижению продукции с учетом отечественной и мировой культуры. <b>Владеть:</b> навыками создания медиапродуктов с учетом социальных и культурных норм. навыками работы с рекламными и PR-текстами методами гендерного анализа. средствами практической интеграции рекламных и PR-коммуникаций при решении профессиональных задач.</p> <p><b>Уметь:</b> использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов исследования. <b>Владеть:</b> навыками проведения исследования аудитории по выявлению ее запросов и потребностей; методами выявления эффективности продвижения продукции и определение путей ее повышения</p> <p><b>Уметь:</b> проводить кампании различных видов в сфере связей с общественностью, анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий; использовать инструменты новых массмедиа в профессиональной деятельности. <b>Владеть:</b> навыками формирования имиджа в профессиональной деятельности: личностного имиджа, имиджа организации, имиджа территории;</p>

				<p>навыками проведения рекламных, информационных, пропагандистских PR-кампаний с использованием инструментов массмедиа.</p>
		ОПК-6	<p>Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p><b>Уметь:</b> пользоваться наиболее распространенными программами создания и обработки медиапродукта для решения профессиональных задач; использовать современные технические средства в разработке рекламных и PR-проектов <b>Владеть</b> навыками применения информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задач профессиональной деятельности, навыками защиты информации</p>
		ПК-5	<p>Способен редактировать информацию на сайте</p>	<p><b>Уметь:</b> работать с большими объемами информации; реферировать, аннотировать и модифицировать тексты. <b>Владеть:</b> навыками редактирования информации; адаптации текстовых материалов для внутренней поисковой оптимизации.</p>
		ПК-13	<p>Способен анализировать информационные потребности посетителей сайта</p>	<p><b>Уметь:</b> провести общий анализ посещаемости сайта; выявить наиболее популярные страницы; проанализировать оценки, замечания, жалобы и предложения посетителей сайта; дать оценку эффективности работы сайта на основе имеющихся данных; выработать решения (рекомендации) по наполнению сайта контентом. <b>Владеть:</b> популярными сервисами для оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта; функциями CMS и социальных сетей для оценки посещаемости.</p>
Б2.П.3	Преддипломная практика	ОПК-1	<p>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков,</p>	<p><b>Уметь:</b> создавать основные типы медиатекстов, рекламных текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы на русском и иностранном языках. <b>Владеть:</b> навыками литературного редактирования, копирайтинга, создания основных типов рекламных текстов на русском и</p>

			особенностями иных знаковых систем	иностранном языках.
<b>Факультативы:</b>				
ФТД.1	<b>Основы имиджелогии</b>	ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<b>Владеть:</b> навыками формирования имиджа в профессиональной деятельности: личного имиджа, имиджа организации, имиджа территории.
ФТД.2	<b>Коррупция: причины, проявления, противодействия</b>	УК-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	<b>Знать:</b> возможные источники опасностей, угроз в современном обществе <b>Владеть:</b> методами противодействия коррупции
ФТД.3	<b>Проектный семинар</b>	ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<b>Владеть</b> навыками применения информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задач профессиональной деятельности.

### 1.7 Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации основной образовательной программы

Согласно ФГОС ВО, реализация основной образовательной программы бакалавриата обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью.

Реализация программы бакалавриата обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы бакалавриата на условиях гражданско-правового договора.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, составляет не менее 70 процентов.

Не менее 70 процентов численности педагогических работников организации, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых организацией к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) – и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признаваемое в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, составляет не менее 60 процентов.

Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы бакалавриата (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих программу бакалавриата, не менее 5 процентов.

## 2. Иные сведения

### 2.1. Перечень методов, средств обучения и образовательных технологий (с краткой характеристикой)

	<b>Наименование образовательной технологии</b>	<b>Краткая характеристика</b>	<b>Представление оценочного средства в фонде</b>
1	Технология проблемного обучения	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности. Последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешая которые студенты активно усваивают знания. Способствует развитию познавательной активности, творческой самостоятельности студентов	Описание проблемных ситуаций
2	Технология концентрированного обучения	Глубокое изучение предметов за счет объединения занятий в блоки. Способствует формированию	Тематика контрольных работ по блокам тем

		максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса	
3	Технология активного (контекстного) обучения	Моделирование предметного и социального содержания будущей профессиональной деятельности. Организует поисковую активность студентов.	Описание ситуаций для имитационных игр, программы тренингов
4	Технология деловой игры	Самостоятельная познавательная деятельность, направленная на поиск, обработку, усвоение учебной информации. Обеспечивает личностно-деятельностный характер усвоения знаний, умений, навыков, расширение кругозора, развитие познавательной деятельности, формирование определенных умений и навыков, необходимых в практической деятельности, развитие общеучебных умений и навыков.	Название игры, цели игры, инструкции участникам, краткая характеристика процедуры проведения и оценивания
5	Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению.	Тематика проектов, требования к структуре, критерии оценивания
6	Исследовательские методы в обучении	Дают возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения.	Тематика курсовых работ
7	Лекционно-семинарско-зачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподносить его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке учащихся.	Вопросы к зачетам и экзаменам, вопросы к контрольным работам и коллоквиумам
8	Обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа)	Сотрудничество трактуется как идея совместной развивающей деятельности. Суть группового подхода в том, чтобы одновременно с профессиональными навыками развивать общекультурные компетенции, навыки сотрудничества и взаимодействия.	Тематика заданий для групповой деятельности
9	Информационно-коммуникационные технологии	Использование в педагогическом процессе интерактивных методов и материалов сети ИНТЕРНЕТ.	Тематика заданий, выполнение которых предполагает использование

			информационно-коммуникационных технологий (обсуждение и анализ материалов сети Интернет)
10	Метод кейсов	Метод при котором для организации обучения используются описания конкретных ситуаций отражающих не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирующих определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы	Темы кейсов, включающие описание ситуации, цели и критерии оценивания.
11	Практический метод	Методы обучения, основанные на практической деятельности обучающегося. Используются для формирования и оценки практических умений и навыков.	Перечень практических заданий
12	Мозговой штурм	Мозговой штурм, (brain storming) — групповое генерирование большого количества идей за относительно короткий отрезок времени. В его основе лежит принцип ассоциативного мышления и взаимного стимулирования. Этот метод ослабляет стереотипы и шаблоны привычного группового мышления и при этом никто не отмалчивается и «ценные мысли не сохнут на корню».	Тематика заданий для групповой деятельности
13	Групповая дискуссия	Групповая дискуссия — используется для выработки разнообразных решений в условиях неопределенности или спорности обсуждаемого вопроса путем разрядки межличностной напряженности; определениям мотивации участия и побуждения каждого присутствующего к детальному выражению мыслей; возрождения ассоциаций, ранее скрытых в подсознании человека; стимуляции участников; оказание помощи в высказывании того, что участники не могут сформулировать в обычной обстановке; корректировки самооценки участников и содействия росту их самосознания.	Планы (гайды) групповых дискуссий

14	Дидактический тест	Дидактический тест – специально организованный набор заданий, позволяющий осуществить все наиболее важные функции процесса обучения: организующую, обучающую, развивающую. Более того, тестовый контроль имеет значительные преимущества перед другими технологиями обучения. Во-первых, он обеспечивает проверку знаний большого количества студентов одновременно, во-вторых, создает равные условия для всех тестируемых, в-третьих, занимает незначительное количество времени преподавателя и студентов и, наконец, обеспечивает возможность контроля как качества усвоения знаний, так и процесса формирования умений и навыков, использования их на практике.	Дидактические тесты с ключами
15	Фокус-группа	Фокус-группа — фокусированное групповое интервью, целью которого является получение добротных качественных данных по проблеме. Все участники имеют отношение к некоторой ситуации, событию, виду деятельности. Внимание акцентируется на субъективном опыте людей, которые дают свое понимание, определение и объяснение обсуждаемой темы или проблемы.	Темы фокус -групп
16	Видеометод	Видеометод - метод использования источников экранного преподнесения информации (видеокамеры, видеомагнитофона, учебного телевидения, а также компьютеров с дисплейным отражением информации). Видеометод основан на наглядном восприятии информации и служит не только для преподнесения знаний, но и для их контроля, закрепления, повторения, обобщения, систематизации.	Темы заданий с перечнем видеоматериалов и описание процедуры выполнения и критериев оценивания
17	Практический эксперимент	Эксперимент - это система приемов и методов изучения явлений посредством изменения условий их протекания. Эксперимент всегда связан с практической деятельностью, он имеет внедренческий характер и представляет собой комплекс методов	Задания для разработки экспериментов, схемы описания эксперимента, критерии оценивания

		и средств изучения явлений.	
18	Тренинг	Тренинги - обучение, при котором в ходе проживания или моделирования специально заданных ситуаций обучающиеся имеют возможность развить и закрепить необходимые знания и навыки, изменить свое отношение к собственному опыту и применяемым в работе подходам	Программы тренингов
19	Доклад	Доклад - это сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить диспут, ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении.	Тематика представлена в рабочих программах дисциплин

## 2.2. Нормативные документы для разработки ОПОП

Нормативную правовую базу разработки ОПОП составляют:

Федеральный закон от 27 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью высшего образования (бакалавриат), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «8» июня 2017 г. № 512;

Приказ Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

Профессиональные стандарты:

Приказ Минтруда России от 04.08.2014 N 535н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» (Зарегистрировано в Минюсте России 04.09.2014 N 33973).

Приказ Минтруда России от 08.09.2014 N 626н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам» (Зарегистрировано в Минюсте России 26.09.2014 N 34136).

Приказ Минобрнауки России от 19 декабря 2013 г. № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Нормативно-методические документы Минобрнауки России;

Устав Кемеровского государственного университета.

Миссия КемГУ;

Политика КемГУ в области качества;

Программа развития Кемеровского государственного университета до 2022 г.

### **2.3. Особенности организации образовательного процесса по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

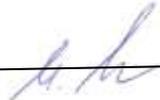
Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается адаптированная образовательная программа, индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья.

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется на основе образовательных программ, адаптированных для обучения указанных обучающихся.

Обучение по образовательной программе инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется социально-психологическим институтом с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Университетом создаются специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

**Ответственный за ОПОП:**

Фамилия, имя, отчество	Учёная степень	Учёное звание	Должность	Контактная информация (служебный адрес электронной почты, служебный телефон)	подпись
Яницкий М.С.	д.псих.наук	профессор	директор	83842581290	

**Согласовано с работодателями:**

Фамилия, имя, отчество	Должность	Организация, предприятие	Контактная информация (служебный адрес электронной почты, служебный телефон)	подпись
Гершун Марина Вячеславовна	директор	Рекламное агентство «Пирамида»	gershun42@gmail.com	

