

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

УТВЕРЖДАЮ

Ректор КемГУ



*А. Ю. Просеков* 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>Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</b> .....	5
1.1 Назначение основной образовательной программы .....	6
1.2 Нормативные документы для разработки образовательной программы .....	6
<b>Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</b> .....	7
2.1. Направленность образовательной программы .....	7
2.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: .....	7
2.3. Формы обучения: .....	8
2.4 Срок получения образования по программе .....	8
2.5. Объем образовательной программы: .....	8
<b>Раздел 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ</b> .....	8
3.1 Общее описание профессиональной деятельности выпускников .....	8
3.1.1. Область профессиональной деятельности .....	8
3.1.2. Типы задач профессиональной деятельности выпускников .....	8
3.1.3. Объекты профессиональной деятельности или область (области) знания .....	9
3.2. Перечень профессиональных стандартов (при наличии), соотнесенных с ФГОС ВО по направлению подготовки. Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программ высшего образования по направлению подготовки (специальности) .....	9
3.2.1 Перечень профессиональных стандартов (при наличии), соотнесенных с ФГОС ВО по направлению подготовки. ....	9
3.2.2. Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программ высшего образования по направлению подготовки (специальности) .....	10
3.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников (по типам) .....	10
<b>Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</b> .....	12
4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части .....	12
4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения .....	12
4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения .....	15
4.1.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения .....	18
4.2. 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 .....	24

Раздел 5. УЧЕБНЫЙ ПЛАН .....	87
Раздел 6. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК.....	87
Раздел 7. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН И ПРОГРАММЫ ПРАКТИК.....	87
Раздел 8. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ.....	88
Раздел 9. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ.....	88
Раздел 10. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ .....	89
10.1. Кадровое обеспечение образовательной программы .....	89
10.2. Материально-техническое обеспечение образовательной программы ..	89
10.3. Учебно-методическое обеспечение образовательной программы.....	90
10.4. Условия для обеспечения образовательного процесса лиц с ОВЗ.....	91
Раздел 11. ТРЕБОВАНИЯ К ПРИМЕНЯЕМЫМ МЕХАНИЗМАМ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОГРАММЕ.....	92
Раздел 12. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ .....	92
12.1. Перечень методов, средств обучения и образовательных технологий (с краткой характеристикой): .....	92
Раздел 13. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ И ЭКСПЕРТОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....	93
Ответственный за разработку ОП: .....	93
Внешний эксперт: .....	93
Информация о макете ОП .....	93
Приложение к п.3.2.2 Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы высшего образования .....	94

# **Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

## **ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

### **Миссия**

Кемеровский государственный университет – опорный вуз Кемеровской области – на основе эффективного сочетания современного образования, исследований и инноваций, соответствующих вызовам XXI века, готовит кадры, способные инициировать и реализовывать новые виды экономической деятельности, способы организации производства, бизнесы и формы занятости на территории региона и обеспечить тем самым диверсификацию экономики Кузбасса, его интеграцию в глобальные (несырьевые) производственные цепочки, решение экологических и социально-экономических проблем региона в интересах долговременного опережающего и устойчивого развития.

### **Язык образования**

Образовательная деятельность по образовательной программе бакалавриата осуществляется на государственном языке Российской Федерации – русском языке (ст. 14 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации»; ст. 68 Конституции Российской Федерации).

### **Перечень сокращений, используемых в тексте**

ВО – высшее образование;

КемГУ – Кемеровский государственный университет;

Минобрнауки России – Министерство науки и высшего образования Российской Федерации;

ОП – образовательная программа;

ОПК – общепрофессиональные компетенции;

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа;

ОТФ – обобщенная трудовая функция;

ПК – профессиональные компетенции;

ПК УВ – профессиональные компетенции, установленные вузом;

ПКО – профессиональные компетенции обязательные;

ПКР – профессиональные компетенции рекомендуемые;

ПООП – примерная основная образовательная программа;

ПС – профессиональный стандарт;

ТД – трудовое действие;

ТФ – трудовая функция;

УГСН – укрупненная группа направлений и специальностей;

УК – универсальные компетенции;

ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;

ФЗ – Федеральный закон;

ФУМО – Федеральное учебно-методическое объединение.

## **1.1 Назначение основной образовательной программы**

Образовательная программа – комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий и в случаях, предусмотренных настоящим Федеральным законом, форм аттестации, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), иных компонентов, а также оценочных и методических материалов (ст. 2 Федерального закона "Об образовании в Российской Федерации").

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее – образовательная программа) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», реализуемая в Кемеровском государственном университете, устанавливает требования к результатам освоения основных профессиональных образовательных программ в части индикаторов достижения универсальных и общепрофессиональных компетенций выпускника, а также обязательных профессиональных компетенций и индикаторов их достижения.

Образовательная программа включает в себя следующие компоненты:

- характеристика профессиональной деятельности выпускников;
- требования к результатам освоения образовательной программы;
- учебный план (для очной, очно-заочной, заочной форм обучения) –

Приложение А;

- календарный учебный график – Приложение Б;
- рабочие программы дисциплин – Приложение С-1;
- программы практик – Приложение С-3;
- фонды оценочных средств по дисциплинам – Приложение Д-1;
- фонды оценочных средств практик – Приложение Д-2;
- фонд оценочных средств государственной итоговой аттестации – Приложение Д-3;
- методические материалы – Приложение Е.

Каждый компонент ОП разработан в форме единого документа или комплекта документов в соответствии с Порядком разработки, обновления и утверждения основных образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, программ магистратуры, программ специалитета (КемГУ).

## **1.2 Нормативные документы для разработки образовательной программы**

- Конституция Российской Федерации;
- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- 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»;

– Приказ Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636 «Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;

– Приказ Минобрнауки России от 27 ноября 2015 г. № 1383 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки России от «08» июня 2017 г. № 512;

Приказ Минтруда России от 04.08.2014 № 535н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 04.09.2014 N 33973.

Приказ Минтруда России от 08.09.2014 № 629н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 26.09.2014 г. № 34136) ), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный N 45230);

Нормативно-методические документы Минобрнауки России;

Устав Кемеровского государственного университета;

Локальные документы КемГУ, регулирующие образовательную деятельность;

Программа развития Кемеровского государственного университета на период 2017 – 2021 гг.

## **Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

### **2.1. Направленность образовательной программы**

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

### **2.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы:**

Лицам, успешно прошедшим итоговую (государственную итоговую) аттестацию, выдаются в установленном порядке документы об образовании и о квалификации.

Квалификация, присваиваемая выпускникам *направления подготовки, – бакалавр.*

### **2.3. Формы обучения:**

Обучение по программе *бакалавриата* осуществляется в очно-заочной форме.

### **2.4 Срок получения образования по программе**

бакалавриата составляет:

– в очно-заочной форме обучения 4 года и 6 месяцев;

### **2.5. Объем образовательной программы:**

бакалавриата (*вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы с использованием сетевой формы, реализации программы по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренного обучения*)

составляет 240 зачетных единиц (з.е.)

## **Раздел 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ**

### **3.1 Общее описание профессиональной деятельности выпускников**

Деятельность выпускников направлена на решение проблем, требующих применения полученных компетенций для информационно-коммуникационного сопровождения организаций различных форм собственности, социальной политики, социальных проектов с использованием современных технологий производства и продвижения рекламного продукта, разработки и проведения PR-кампаний, выработки и реализации маркетинговых стратегий.

#### **3.1.1. Область профессиональной деятельности**

– 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиoprogramмы, 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.

#### **3.1.2. Типы задач профессиональной деятельности выпускников**

– проектный. Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;

– организационный. Организация процесса создания коммуникационного продукта;



– социально-просветительский. Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта;

– маркетинговый. Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.

### **3.1.3. Объекты профессиональной деятельности или область (области) знания**

Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.

## **3.2. Перечень профессиональных стандартов (при наличии), соотнесенных с ФГОС ВО по направлению подготовки. Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программ высшего образования по направлению подготовки (специальности)**

### **3.2.1 Перечень профессиональных стандартов (при наличии), соотнесенных с ФГОС ВО по направлению подготовки.**

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование профессионального стандарта
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии		
1.	06.009	Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973),
2.	06.013	Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 сентября 2014 г. № 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г. № 34136), с изменениями, внесенными приказами Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный № 45230)

### 3.2.2. Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программ высшего образования по направлению подготовки (специальности)

Представлен в таблице (приложение 1)

### 3.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников (по типам)

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знаний)
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	проектный	Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам ответственности.
	организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам ответственности.
	социально - просветительский	Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и

			другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам обществу.
	маркетинговый	Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам обществу
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)	проектный	Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам обществу
	организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам обществу
	социально - просветительский	Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваем-

			мый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общест-венности
	маркетинговый	Продвижение ком-муникационного продукта путем вза-имодействия с соци-альными группами, организациями и персонami с по-мощью различных каналов коммуника-ции	текст рекламы и свя-зей с общественно-стью и (или) иной коммуникационный продукт, передавае-мый по различным каналам средствами массовой информа-ции (далее – СМИ) и другими медиа, ад-ресованный разным целевым груп-пам/группам обще-ственности

## Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

**4.1. Требования к планируемым результатам освоения образова-тельной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части**

**4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их до-стижения**

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и крити-ческое мышление	<b>УК-1</b> Способен осу-ществлять поиск, крити-ческий анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<b>УК-1.1.</b> Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет де-композицию задачи. <b>УК-1.2.</b> Находит и критически анализиру-ет информацию, необходимую для реше-ния поставленной задачи. <b>УК-1.3.</b> Рассматривает различные вариан-ты решения задачи, оценивая их достоин-ства и недостатки, практические послед-ствия. <b>УК-1.4.</b> Грамотно, логично, аргумен-тировано формирует собственные суждения и оценки. <b>УК-1.5.</b> Отличает факты от мнений, ин-

		терпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности.
Разработка и реализация проектов	<b>УК-2</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<b>УК-2.1.</b> Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними <b>УК-2.2.</b> Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта <b>УК-2.3.</b> Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм <b>УК-2.4.</b> Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач <b>УК-2.5.</b> Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования
Командная работа и лидерство	<b>УК-3</b> Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<b>УК-3.1.</b> Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; <b>УК-3.2.</b> При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников; <b>УК-3.3.</b> Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого; <b>УК-3.4.</b> Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели; <b>УК-3.5.</b> Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.
Коммуникация	<b>УК-4</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке	<b>УК-4.1.</b> Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; <b>УК-4.2.</b> Ведет деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем; <b>УК-4.3.</b> Ведет деловую переписку на иностранном языке с учетом особенностей

		<p>стилистики официальных писем и социокультурных различий;</p> <p><b>УК-4.4.</b> Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный;</p> <p><b>УК-4.5.</b> Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения;</p> <p><b>УК-4.6.</b> Устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может поддержать разговор в ходе их обсуждения</p>
Межкультурное взаимодействие	<b>УК-5</b> Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p><b>УК-5.1.</b> Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем;</p> <p><b>УК-5.2.</b> Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии;</p> <p><b>УК-5.3.</b> Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия, основанного на толерантном восприятии культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной задачи.</p>
Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение)	<b>УК-6</b> Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<p><b>УК-6.1.</b> Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей;</p> <p><b>УК-6.2.</b> Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста;</p> <p><b>УК-6.3.</b> Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста;</p> <p><b>УК-6.4.</b> Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития.</p>
Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. Здоровьесбережение)	<b>УК-7</b> Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<p><b>УК-7.1.</b> Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма;</p> <p><b>УК-7.2.</b> Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности;</p> <p><b>УК-7.3.</b> Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных</p>

		жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.
Безопасность жизнедеятельности	<b>УК-8</b> Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	<b>УК-8.1.</b> Анализирует факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений); <b>УК-8.2.</b> Идентифицирует опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой деятельности; <b>УК-8.3.</b> Выявляет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций; <b>УК-8.4.</b> Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; оказывает первую помощь, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях.

#### 4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	<b>ОПК-1.</b> 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>ОПК-1.1.</b> Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ <b>ОПК-1.2.</b> Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Общество и государство	<b>ОПК-2.</b> Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или)	<b>ОПК-2.1.</b> Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития <b>ОПК-2.2.</b> Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов

	коммуникационных продуктах	рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
Культура	<b>ОПК-3.</b> Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<b>ОПК-3.1.</b> Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса <b>ОПК-3.2.</b> Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Аудитория	<b>ОПК-4.</b> Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<b>ОПК-4.1.</b> Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп <b>ОПК-4.2.</b> Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникационная система	<b>ОПК-5.</b> 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>ОПК-5.1.</b> Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях <b>ОПК-5.2.</b> Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Технологии	<b>ОПК-6.</b> Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<b>ОПК-6.1.</b> Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение <b>ОПК-6.2.</b> Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания тек-



		стов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Эффекты	<b>ОПК-7.</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<b>ОПК-7.1.</b> Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности <b>ОПК-7.2.</b> Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

### 4.1.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Задача ПД	Объект или область знания <i>(при необходимости)</i>	Категория профессиональных компетенций <i>(при необходимости)</i>	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта <sup>1</sup> )
Тип задач профессиональной деятельности: организационный					
Организация процесса создания коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.		<b>ПК.УВ-1.</b> Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<b>ПК-1.1.</b> Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью <b>ПК-1.2.</b> Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии <b>ПК-1.3.</b> Участвует в организации внутренних коммуника-	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

<sup>1</sup> Под анализом опыта понимается анализ отечественного и зарубежного опыта, международных норм и стандартов, форсайт-сессии, фокус-группы и пр.

				ций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	
Тип задач профессиональной деятельности: авторский					
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам обществу.		<b>ПК.УВ-2.</b> Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<b>ПК-2.1.</b> Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПКО <b>ПК-2.2.</b> Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПКО <b>ПК-2.3.</b> Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR кампаний <b>ПК-2.4.</b> Применяет	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

				инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	
Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый					
Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.		<b>ПК.УВ-3.</b> Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<b>ПК-3.1.</b> Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта <b>ПК-3.2.</b> Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта <b>ПК-3.3.</b> Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

Задача ПД	Объект или область знания <i>(при необходимости)</i>	Категория профессиональных компетенций <sup>2</sup> <i>(при необходимости)</i>	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции <sup>3</sup>	Основание (ПС, анализ опыта <sup>4</sup> )
Тип задач профессиональной деятельности технологической					
Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам ответственности.		<b>ПК.УВ-4.</b> Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	<p><b>ПК-4.1.</b> При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде</p> <p><b>ПК-4.2.</b> При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.</p> <p><b>ПК-4.3.</b> Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p><b>ПК-4.4.</b> Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p> <p><b>ПК-1.5.</b> Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для</p>	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

<sup>2</sup> На усмотрение ФУМО

<sup>3</sup> Если ФУМО не формулирует индикаторы достижения ПК, то приводится фраза «Индикаторы достижения рекомендуемых профессиональных компетенций организация, осуществляющая образовательную деятельность, устанавливает самостоятельно».

<sup>4</sup> Под анализом опыта понимается анализ отечественного и зарубежного опыта, международных норм и стандартов, форсайт-сессии, фокус-группы и пр.

				подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	
Тип задач профессиональной деятельности: социально-просветительский					
Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам ответственности.		<b>ПК.УВ-5.</b> Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<b>ПК-5.1.</b> Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы <b>ПК-5.2.</b> При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам
Тип задач профессиональной деятельности: редакторский					
Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов ком-	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ)		<b>ПК.УВ-6.</b> Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями раз-	<b>ПК-6.1.</b> Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта <b>ПК-6.2.</b> Контролирует соответствие формата коммуникацион-	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

муникации	и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общест-венности.		ных типов СМИ и других медиа	ного продукта медиаконцепции канала	
Тип задач профессиональной деятельности: проектный					
Участие в раз-работке и реализа-ции индивидуаль-ного и (или) кол-лективного проекта в сфере рекламы и связей с обществен-ностью Участие в разработке и реали-зации индивидуаль-ного и (или) кол-лективного проекта в сфере рекламы и связей с обществен-ностью	текст рекламы и связей с обще-ственностью и (или) иной комму-никационный про-дукт, передаваемый по различным ка-налам средствами массовой информа-ции (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный раз-ным целевым груп-пам/группам обще-ственности.		<b>ПК.УВ-7.</b> спосо-бен участвовать в разработке и реали-зации индиви-дуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.	<b>ПК-7.1.</b> Реализует типовые ал-горитмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с обще-ственностью <b>ПК-7.2.</b> Готовит основные до-кументы по сопровождению проекта в сфере рекламы и свя-зей с общественностью <b>ПК-7.3.</b> Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	06.009 специа-лист по продви-жению и распро-странению про-дукции средств массовой инфор-мации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

**4.2. 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**

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
<b>Обязательная часть</b>			
<b>Дисциплины (модули) Социально-гуманитарный модуль</b>			
<b>Философия</b>			
УК-1	<p><b>УК-1.1.</b> Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи.</p> <p><b>УК-1.2.</b> Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.</p> <p><b>УК-1.4.</b> Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки.</p> <p><b>УК-1.5.</b> Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях</p>	<p><b>Знать:</b> мировоззренческие проблемы, основные теории и методы философии.</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществлять декомпозицию задачи; находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи; отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок в рассуждениях.</p> <p><b>Владеть:</b> основами логики и аргументации при формировании собственных суждений и оценок</p>	<p>Философия, её предмет и место в культуре. Философия Древнего Востока. Античная философия. Философия средневековья. Философия Возрождения. Философия Нового времени и эпохи Просвещения (XVII – XVIII). Немецкая классическая философия. Философские направления XX века. Русская философия: этапы и проблематика. Онтология. Развитие представлений о бытии в истории философии. Душа, сознание, разум. Материалистические и идеалистические трактовки сущности сознания. Теория познания. Социальная философия. Общество как система и его структура. Философия истории. Основные концепции развития исторического процесса. Философская антропология. Аксиология. Глобальные проблемы современной цивилизации и пути её сохранения.</p>
УК-5	<p><b>УК-5.1.</b> Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем</p>	<p><b>Знать:</b> особенности межкультурного взаимодействия, обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем</p>	
ОПК-2	<p>Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p><b>Знать:</b> содержание современных философских дискуссий по проблемам общественного развития.</p>	



Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
<b>Экономика</b>			<p>Основы экономики: экономическая теория: предмет, структура, метод. Микроэкономика: механизм функционирования рынка: спрос и предложение; фирма, ее организационные формы, цель деятельности, затраты и выпуск, масштабы деятельности, структура; рынок труда; доходы домохозяйств; роль государства в функционировании рынка. Макроэкономика: ВВП и способы его измерения; инфляция и безработица: цикл экономической конъюнктуры; деньги, кредит и их роль в функционировании рыночной системы; банки, денежно-кредитная политика государства, финансы государства, финансовый рынок; мировая экономика.</p>
ОПК-5	<p><b>ОПК 5.1.</b> Знает совокупность экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p><b>Знать:</b> основные закономерности экономической организации общества; совокупность экономических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях <b>Уметь:</b> использовать экономические знания при решении профессиональных задач.</p>	
<b>Психология</b>			<p>Введение в психологию: различные подходы к определению понятия «психология», основные принципы психологической науки, методы научной психологии, рассматривается современное состояние психологии. Психические процессы: рассматриваются основные психические процессы, дается характеристика ощущения, восприятия, воображения, памяти, мышления и речи. Эмоционально-волевые процессы и психические состояния: рассматриваются эмоционально-волевые процессы и психические состояния, описываются их виды, функции, развитие/формирование в онтогенезе. Проблема личности в психологии: рассматриваются теоретические подходы к определению личности, описанию ее структуры, вопросы потребностно-мотивационной сферы, деятельности как формы активности личности, проблемы темперамента, характера и способностей.</p>
УК-3	<p><b>УК-3.1.</b> Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; <b>УК-3.2.</b> При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников; <b>УК-3.3.</b> Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого</p>	<p><b>Знать:</b> основные характеристики социально-психологического климата в организации; психологические особенности и условия эффективной командной работы. <b>Уметь:</b> определить свою роль в социальном взаимодействии и командной работе; при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников; анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе.</p>	
<b>Основы права</b>			<p>Понятие права, соотношение государства и права. Роль права по обеспечению стабилизации и упорядочению об-</p>

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
УК-2	УК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм	<p><b>Знать:</b> систему основных понятий и категорий права.</p> <p><b>Уметь:</b> применять законодательные нормы РФ в профессиональной деятельности.</p>	<p>ществленных отношений. Норма права и нормативные правовые аспекты. Основные правовые системы современности. Система российского права. Отрасли права. Основы конституционного и административного права. Основы семейного и наследственного права. Основы финансового, бюджетного и налогового права. Основы гражданского права и процесса. Основы уголовного права и процесса. Основы трудового права. Основы рекламного права. Правонарушения и юридическая ответственность.</p>
<b>История (история России, всеобщая история)</b>			<p>Введение в дисциплину: формирование представления об отечественной истории как науке, знакомство с понятийным аппаратом дисциплины, осмысление места, которое занимает отечественная история в мировом историческом процессе. Особенности становления государственности в России и в мире: особенности становления государственности на Руси, общее и особенное, присущее формированию различных форм государственности в России и зарубежных странах, конкретно-исторические условия образования государства на Руси Россия и мир в Новое время: политические, экономические, социальные, культурные процессы, характерные для российского и мирового развития в период Нового времени, характерные особенности России и причины её отставания от Западной Европы, становление на пути догоняющего развития. Новейшее время в российской и мировой истории: комплекс проблем российского и мирового развития от начала Первой Мировой войны до настоящего времени, закономерности и особенности революционного, общественного, культурного, экономического процессов в общемировой тенденции глобализации</p>
УК-5	<p>УК-5.1. Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем;</p> <p>УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия, основанного на толерантном восприятии культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной задачи.</p>	<p><b>Знать:</b> основные этапы истории развития российского общества, его социальной культуры;</p> <p><b>Уметь:</b> показать на примерах из различных эпох органическую связь российской и мировой истории; анализировать исторические факты, явления, процессы, применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы исторической науки в аспекте развития толерантности.</p>	
<b>Русский язык и культура речи</b>			Изучение дисциплины направлено на достижение следу-

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
УК-4	<p><b>УК-4.1.</b> Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;</p> <p><b>УК-4.2.</b> Ведет деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем;</p> <p><b>УК-4.5.</b> Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения</p>	<p><b>Знать:</b> нормы и правила устной и письменной речи русского языка.</p> <p><b>Уметь:</b> эффективно общаться в социокультурной академической и профессиональной сферах в условиях поликультурной и многоязычной среды в реальных ситуациях профессионального общения в устной и письменной форме;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками публичных выступлений на родном языке с учетом аудитории и целей общения.</p>	<p>ющей цели – овладение русским языком в его нормативном, коммуникативном и стилистическом аспектах. Поэтапное овладение понятийным аппаратом дисциплины позволит раскрыть уровневую организацию русского языка, единицы которого используются в речи в соответствии с определенными правилами. Задачи курса состоят в ознакомлении с нормами современного русского литературного языка, которые регулируют выбор равноуровневых языковых единиц. Значимым в теоретическом плане для дисциплины является раскрытие коммуникативных и стилистических факторов, определяющих структуру и содержание устной и письменной форм речи. Практическая ценность курса состоит в формировании у студентов, во-первых, умений и навыков создания правильных текстов, в которых соблюдаются собственно языковые, стилистические и коммуникативные нормы; во-вторых, умений и навыков критически относиться к собственной речи и речи окружающих людей.</p>
<b>Иностранный язык</b>			
УК-4	<p><b>УК-4.3.</b> Ведет деловую переписку на иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий;</p> <p><b>УК-4.4.</b> Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный;</p> <p><b>УК-4.6.</b> Устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может поддержать разговор в ходе их обсуждения.</p>	<p><b>Знать:</b> грамматические основы и правила иностранного языка.</p> <p><b>Уметь:</b> вести деловую переписку на иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками перевода официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный для личных целей; навыками выступлений в профессиональной сфере и их обсуждений на иностранном языке.</p>	<p>Совершенствование имеющихся у обучающихся навыков чтения, перевода, устной речи на материале бытового, страноведческого характера и формирование знаний на основе чтения и перевода оригинальной научной литературы. Совершенствование имеющихся у обучающихся навыков чтения, перевода, устной речи на материале академического и страноведческого характера и формирование знаний на основе чтения и перевода оригинальной литературы по теме образования. Совершенствование имеющихся у обучающихся навыков чтения, перевода, устной речи на материале профессионального, страноведческого характера и формирование знаний на основе чтения и перевода оригинальной научной литературы в сфере профессиональных интересов обучающихся. Формирование основы делового общения в устных и письменных формах.</p>

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
<b>Стилистика и литературное редактирование</b>			<p>Текст как объект работы редактора. Целью раздела является формирование представления о научных основах редактирования: дается понятие текста, его основные характеристики и их значение для литературного редактирования.</p> <p>Основные методические процедуры анализа и правки текста. Второй раздел рассматривает правку как вид редакторской деятельности и ее основные принципы.</p> <p>Основы стилистической правки текста. Третий раздел раскрывает основные принципы и критерии стилистической правки текста.</p>
УК-4	<b>УК-4.2.</b> Ведет деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем.	<b>Уметь:</b> вести деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем.	
ОПК-1	<p><b>ОПК-1.1.</b> Выявляет отличительные особенности медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p><b>ОПК -1.2.</b> Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p><b>Знать:</b> правила и виды редактирования, стилистической правки текста.</p> <p><b>Уметь:</b> выявлять отличительные особенности медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.</p> <p><b>Владеть:</b> методикой литературного редактирования рекламных, PR-продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского языка, особенностями иных знаковых систем.</p>	
<b>Модуль Телекоммуникационные и компьютерные технологии в связях с общественностью</b>			<p>Цель дисциплины – сформировать представление о принципах использования современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в профессии специалиста по связям с общественностью и менеджера по рекламе, об основных техниках и приёмах эффективного применения информационно-вычислительной техники и средств коммуникации для достижения задач, поставленных перед специалистом по связям с общественностью и рекламе, а также ознакомление с системой терминов цифровых коммуникаций для обозначения ключевых понятий в рекламе, PR и массовой коммуникации.</p> <p>Задачи: дать системное представление о современных компьютерных и телекоммуникационных технологиях; дать представление о понятийном аппарате теле-</p>
<b>Телекоммуникационные и компьютерные технологии в связях с общественностью</b>			
ОПК-6	<p><b>ОПК 6.1.</b> Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p><b>ОПК 6.2.</b> Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Знать:</b> принципы использования современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в профессиональной деятельности; систему терминов цифровых коммуникаций для обозначения ключевых понятий в рекламе, PR и массовой коммуникации.</p> <p>телекоммуникационные технологии, используемые в рекламе и связях с общественностью.</p> <p><b>Уметь:</b> использовать основные техники и приёмы эффективного применения информационно-вычислительной техники и средств коммуникации для</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
		<p>достижения профессиональных задач.  <b>Владеть:</b> современными цифровыми устройствами, платформами и программным обеспечением при создании коммуникационных продуктов.</p>	<p>коммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью; охарактеризовать телекоммуникационные технологии, используемые в рекламе и связях с общественностью: сетевую рекламу, корпоративные сайты, вирусные технологии, краудсорсинг и др.; дать основы компьютерной обработки аудио- и видеоданных,, технологию создания вею-сайта.</p>
<b>Современные информационные технологии в социальных науках</b>			<p>Цель дисциплины - дать представление о современных технических средствах и информационно-коммуникационных технологиях для получения первичного опыта работы с информационными технологиями и базами данных в процессе создания коммуникационного продукта.</p>
ОПК-6	<p><b>ОПК 6.1.</b> Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение  <b>ОПК 6.2.</b> Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Знать:</b> о современных российских и зарубежных базах данных, иметь представление о систематизации информации для использования в профессиональной деятельности/  <b>Уметь:</b> работать с информационными технологиями и базами данных в процессе создания коммуникационного продукта.  <b>Владеть:</b> методами поиска, сбора, хранения, обработки, распространения информации с учетом правовых норм.</p>	<p>Задачи дисциплины: охарактеризовать применение современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; дать представление о современных российских и зарубежных базах данных, сформировать представление о систематизированной информации для использования в профессиональной деятельности; обучить процессам и методам поиска, сбора, хранения, обработки, распространения информации с учетом особенностей Федеральных законов «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ и «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ.</p>
<b>Модуль общепрофессиональной подготовки</b>			
<b>Введение в специальность</b>			

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
УК-6	<p><b>УК-6.2.</b> Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста;</p> <p><b>УК-6.3.</b> Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста;</p> <p><b>УК-6.4.</b> Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития.</p>	<p><b>Знать:</b> о специфике профессии как коммуникационной специальности;</p> <p>о специфике, сходствах и различиях рекламы, PR и журналистики как смежных коммуникационных видах деятельности</p> <p><b>Умеет:</b> оценить требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста;</p>	<p>Дисциплина изучается в первом семестре, носит пропедевтический характер и направлена на формирование у студентов первоначальных представлений о специфике рекламы и связей с общественностью как вида профессиональной деятельности.</p> <p>Цель дисциплины – адаптировать обучающихся к формам учебной и научной работы, сформировать представление о специфике профессии, освоить систему ключевых терминов и понятий.</p> <p>Задачи дисциплины: сформировать представление о специфике профессии как коммуникационной специальности; сформировать базовый понятийный аппарат теории рекламы и связей с общественностью; дать представление о специфике, сходствах и различиях рекламы, PR и журналистики как смежных коммуникационных видах деятельности; дать общее представление о тенденциях развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, о структуре рынка PR в стране и регионе; сформировать базовые умения и навыки по работе с источниками информации; дать представление об академической этике и культуре научного труда, о типах научных текстов, их структуре и основных принципах написания.</p>
ОПК-4	<p><b>ОПК 4.2.</b> Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности,</p>	<p><b>Знать:</b> базовый понятийный аппарат теории рекламы и связей с общественностью;</p> <p><b>Умеет:</b> использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности.</p>	
ОПК-5	<p><b>ОПК 5.1.</b> Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;</p> <p><b>ОПК 5.2.</b> Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p><b>Знать:</b> иметь общее представление о тенденциях развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, о структуре рынка PR в стране и регионе; иметь представление об академической этике и культуре научного труда, о типах научных текстов, их структуре и основных принципах написания.</p> <p><b>Владеть:</b> базовыми умениями и навыками по работе с источниками информации.</p>	
<b>Основы теории коммуникации</b>			
ОПК-2	<p><b>ОПК 2.1.</b> Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p>	<p><b>Знать:</b> базовые положения межличностной и деловой коммуникации, включая аспекты вербального и невербального взаимодействия социальных субъектов;</p> <p><b>Владеть:</b> формами реагирования в типичных ситуациях</p>	<p>Цель дисциплины – освоение понятийного аппарата и базисных положений теорий коммуникации и коммуникационного поведения; формирование теоретико-методологического базиса для изучения последующих</p>

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<b>ОПК 2.2.</b> Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов.	межличностного общения.	социально-коммуникационных и профессиональных дисциплин; формирование у студентов понимания информационно-коммуникативной природы социальных взаимодействий на межличностном и организационном уровнях. Задачи дисциплины: дать основные характеристики категории коммуникации; определить понятия коммуникативного действия и коммуникативного взаимодействия; сформировать представление о типологии коммуникации и ее основных теоретических моделях; дать представление об основных теоретико-методологических подходах современной теории коммуникации (процессно-информационный и семиотический подходы); дать представление о базовых моделях коммуникационного процесса (Шэннона-Вивера, Гербнера, Ньюкомба, Вестли Маклина, транзакционный модели Тэна; Де Соссюра, Пирса, Фреге, Огдена-Ричардса, Морриса); охарактеризовать базовые положения межличностной и деловой коммуникации, включая аспекты вербального и невербального взаимодействия социальных субъектов; дать представление о типичных ситуациях межличностного общения и формах реагирования.
ОПК-5	<b>ОПК 5.2.</b> Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	<b>Знать:</b> основные понятия коммуникации, и базисные положения теорий коммуникации и коммуникационного поведения; типологию коммуникации; базовые модели коммуникационного процесса;	
<b>Теория и практика связей с общественностью</b>			
ОПК-1	<b>ОПК 1.1.</b> Выявляет отличительные особенности медиатекстов. И (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ <b>ОПК 1.2.</b> Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, осо-	<b>Знать:</b> понятийный аппарат теории связей с общественностью; основные зарубежные и отечественные теоретические концепции связей с общественностью; принципы взаимодействия связей с общественностью со СМИ. <b>Владеть:</b> навыками создания коммуникативных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков в аналоговой и цифровой среде в соответствии с социальными запросами аудитории; базовым алгоритмом деятельности по связям с обще-	Дисциплина направлена на разностороннее формирование профессиональной идентичности студента. Цель дисциплины – освоение студентами основного понятийного аппарата связей с общественностью, ознакомление с основными подходами к PR-деятельности, усвоение основных технологий, методов и инструментов деятельности по связям с общественностью в современной онлайн и офлайн-среде. Задачи дисциплины: дать системное представление о связях с общественностью как виде профессиональной деятельности в коммерческой, политической, социальной

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	бенностями иных знаковых систем.	ственностью, аналитическими и технологическими процедурами, используемыми в деятельности по связям с общественностью.	сфере и взаимодействии с органами государственной власти; сформировать понимание принципов профессиональной этики; дать представление об этических кодексах, профессиональных организациях и объединениях, профессиональных конкурсах, профессиональных стандартах; ознакомить с основными зарубежными и отечественными теоретическими концепциями связей с общественностью; дать полное и системное представление о понятийном аппарате теории связей с общественностью; сформировать представление о принципах взаимодействия связей с общественностью со средствами массовой информации, дать представление о типах современной коммуникационной продукции связей с общественностью в онлайн и офлайн средах; обучить базовым алгоритмом деятельности по связям с общественностью, аналитическим и технологическим процедурам, используемым в деятельности по связям с общественностью; продемонстрировать деятельность по связям с общественностью на примере анализа классических и современных кейсов. Связи с общественностью в социальной сфере.
ОПК-4	<p><b>ОПК 4.1.</b> Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p><b>ОПК 4.2.</b> Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Знать:</b> сопроводительный документооборот, основные маркетинговые инструменты по продвижению коммуникационного продукта и взаимодействию с разными целевыми группами общественности.</p> <p><b>Уметь:</b> использовать типовые алгоритмы проектов и кампании, результаты вторичных исследований для проведения коммуникационных кампаний; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	
<b>Теория и практика рекламы</b>			
ОПК-1	<p><b>ОПК 1.1.</b> Выявляет отличительные особенности медиатекстов. И (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p><b>ОПК 1.2.</b> Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p><b>Знать:</b> основы рекламной коммуникации и рекламной деятельности; виды и формы рекламы, функции рекламы в обществе; принципы взаимодействия рекламы и других маркетинговых коммуникаций; принципы разработки рекламного медиапродукта и медиапланирования.</p> <p><b>Уметь:</b> выполнять копирайтинг и медиапланирование.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками подготовки текстов рекламы различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;</p>	<p>Цель дисциплины - обучение разработке рекламного коммуникационного продукта и его технологического обеспечения.</p> <p>Задача дисциплины: дать представление об основах рекламной коммуникации и рекламной деятельности; - продемонстрировать виды и формы рекламы, объяснить функции рекламы в обществе, дать представление о принципах взаимодействия рекламы и других маркетинговых коммуникаций; обучить основным принципам разработки рекламного медиапродукта; дать представление об основах копирайтинга и медиапланирования; обучить средствам и способам анализа эффективности</p>



Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
		средствами и способами анализа эффективности рекламного воздействия.	рекламного воздействия; продемонстрировать и охарактеризовать мировой и отечественный опыт рекламной деятельности; ознакомить с основными рекламными фестивалями и конкурсами профессионального мастерства;- дать представление о профессиональных сообществах рекламистов и их деятельности.
ОПК-4	<p><b>ОПК 4.1.</b> Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p><b>ОПК 4.2.</b> Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Знать:</b> мировой и отечественный опыт рекламной деятельности.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками подготовки текстов рекламы с учетом запросов, потребностей и характеристики целевой аудитории.</p>	
ОПК-6	<p><b>ОПК 6.1.</b> Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p><b>ОПК 6.2.</b> Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Владеть:</b> современными цифровыми устройствами, платформами и программным обеспечением на всех этапах создания текстов рекламы.</p>	
<b>Теория и практика массовой информации</b>			
ОПК-1	<p><b>ОПК-1.1.</b> Выявляет отличительные особенности медиатекстов. И (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p>	<p><b>Знать:</b> жанры СМИ, основные характеристики медиапродукта и массовой аудитории; основы медиаэкономики, медиапроизводства и медиапродвижения.</p> <p><b>Уметь:</b> определять актуальность и значимость информации для массовой аудитории, соотносить информационный повод с повесткой дня;</p>	<p>Дисциплина дает общее представление о массмедиа специалисту по рекламе и связям с общественностью для эффективного взаимодействия внутри медиакоммуникационного поля для решения задач в рамках рекламного и пиар производства.</p> <p>Цель дисциплины сформировать понимание основных принципов работы с информацией для массовой</p>

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
		разделять журналистскую и нежурналистскую информацию, первостепенную и второстепенную информацию, различает факты и мнения. <b>Владеть:</b> навыками работы с источниками информации, обработкой информации традиционными методами и с помощью компьютерных технологий.	аудитории с помощью каналов массовой коммуникации. Задачи дисциплины: дать представление о системе СМИ, о подходах к изучению СМИ; дать представление о профессии журналиста, правовых и этических аспектах работы в СМИ; дать представление о системе жанров СМИ, об основных характеристиках медиапродукта и массовой аудитории; - познакомить основами медиаэкономики, медиапроизводства и медиапродвижения.
ОПК-3	<b>ОПК 3.1.</b> Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса; <b>ОПК 3.2.</b> Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<b>Уметь:</b> учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	В результате освоения дисциплины обучающийся владеет основами работы с источниками информации, владеет обработкой информации традиционными методами и с помощью компьютерных технологий. Обучающийся умеет определять актуальность и значимость информации для массовой аудитории, соотносить информационный повод с повесткой дня, разделять журналистскую и нежурналистскую информацию, первостепенную и второстепенную информацию, различать факты и мнения.
<b>Интегрированные коммуникации</b>			
ОПК-2	<b>ОПК 2.1.</b> Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития <b>ОПК 2.2.</b> Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов.	<b>Знать:</b> принцип интеграции в коммуникативном процессе; интегрированный комплекс коммуникации с группами внутренней и внешней общественности. <b>Уметь:</b> учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при формировании и использовании интегрированных коммуникаций.	Цель дисциплины – дать системное представление об интегрированных коммуникациях с различными субъектами с использованием оптимального количества коммуникационных каналов для усиления кумулятивного эффекта. Задачи дисциплины: охарактеризовать принцип интеграции в коммуникативном процессе;- дать представление об интегрированном комплексе коммуникаций с группами внутренней и внешней общественности;- сформировать представление об инструментарию для

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
ОПК-3	<b>ОПК 3.2.</b> Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<b>Уметь:</b> использовать инструментарий для проведения коммуникационных кампаний с учетом региональных и страновых медиасистем.	проведения коммуникационных кампаний с учетом региональных и страновых медиасистем; сформировать системное понимание особенностей современных интегрированных онлайн и офлайн коммуникаций.
ОПК-6	<b>ОПК 6.1.</b> Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение <b>ОПК 6.2.</b> Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<b>Знать:</b> особенности современных интегрированных онлайн и офлайн коммуникаций. <b>Владеть:</b> современными цифровыми устройствами, платформами и программным обеспечением на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	
<b>Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы</b>			
ОПК-5	<b>ОПК 5.1.</b> Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<b>Знать:</b> правовые нормы как социальные регуляторы профессиональной деятельности. <b>Уметь:</b> анализировать проблемные ситуации правового характера в профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью.	Цель дисциплины – формирование регулятивного компонента профессионального сознания будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью. Задачи дисциплины: дать представления о праве как о виде социального регулятора профессиональной деятельности; продемонстрировать проблемные ситуации правового характера в профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью, обозначить зоны рисков в публичных коммуникациях.
ОПК-7	<b>ОПК 7.1.</b> Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.	<b>Уметь:</b> определять зоны рисков в публичных коммуникациях. <b>Владеть:</b> правовой культурой в области профессиональной деятельности.	
<b>Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы</b>			
УК-6	<b>УК-6.2.</b> Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста; <b>УК-6.4.</b> Строит профессиональную ка-	<b>Уметь:</b> определять приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста с учетом моральных и этических норм;	Задачи дисциплины: - дать представление о морали как социальном регуляторе профессиональной деятельности; - рассмотреть этику и профессиональную нравственность в качестве эффективных инструментов оптимизации

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	рьеру и определяет стратегию профессионального развития.		профессиональной деятельности в сфере коммуникаций; - сформировать представление о разработанных профессиональным сообществом этических нормах; - мотивировать обучающихся к следованию профессиональной этике при решении профессиональных задач.
ОПК-5	<b>ОПК 5.1.</b> Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<b>Знать:</b> моральные, этические нормы, разработанные профессиональным сообществом, как социальные регуляторы профессиональной деятельности. <b>Владеть:</b> принципами и правилами профессиональной этике при решении профессиональных задач.	
ОПК-7	<b>ОПК 7.1.</b> Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности <b>ОПК 7.2.</b> Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом	<b>Знать:</b> цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности <b>Уметь:</b> осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом;	
<b>Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе</b>			
УК-4	<b>УК-4.1.</b> Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; <b>УК-4.5.</b> Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения	<b>Знать:</b> речевые жанры публичной коммуникации; <b>Уметь:</b> выбирать стиль общения в зависимости от цели и условий партнерства; адаптировать речь, стиль общения к ситуациям взаимодействия; <b>Владеть:</b> навыками подготовки публичных выступлений перед различными аудиториями.	Целью дисциплины является формирование способности к коммуникации в устной и письменной форме для выполнения профессиональных функций связей с общественностью и рекламы. Задачами дисциплины является формирование знаний о системе речевых жанров публичной коммуникации и навыков подготовки публичных выступлений перед различными аудиториями. Практическая часть курса связана с этапами подготовки к

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
ОПК-1	<b>ОПК 1.2.</b> Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	<b>Владеть:</b> созданием текста выступления и презентации в различных речевых жанрах и стилях.	выступлению, созданием текста выступления и презентациями в различных речевых жанрах и стилях.
<b>Менеджмент в рекламе и связях с общественностью</b>			
ОПК-2	<b>ОПК 2.1.</b> Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития <b>ОПК 2.2.</b> Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов.	<b>Знать:</b> основные понятия и типологию менеджмента; систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития. <b>Уметь:</b> продемонстрировать интеграцию управленческих и коммуникационных знаний, умений и навыков, определяющих профессионализм деятельного менеджера; комбинировать типы менеджмента в зависимости от конкретной ситуации;	Цель дисциплины – сформировать базовые представления о менеджменте в коммуникационном бизнесе в России и за рубежом. Задачи дисциплины: сформировать системное научное представление о менеджменте и охарактеризовать типологию менеджмента; продемонстрировать интеграцию управленческих и коммуникационных знаний, умений и навыков, определяющих профессионализм деятельности современного менеджера; комбинирование типов менеджмента в зависимости от конкретной ситуации;- обучить процессу анализа управленческих процессов; обучить определению возможностей и угроз на основе анализа внешней среды.
ОПК-3	<b>ОПК 3.1.</b> Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.	<b>Знать:</b> отечественный и мировой опыт менеджмента в рекламе и связях с общественностью.	
ОПК-4	<b>ОПК 4.1.</b> Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.	<b>Владеть:</b> анализом управленческих процессов; определением возможностей и угроз на основе анализа внешней среды.	
<b>Социология массовых коммуникаций</b>			
ОПК-4	<b>ОПК 4.1.</b> Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп <b>ОПК 4.2.</b> Использует основные ин-	<b>Знать:</b> социологические подходы и методы изучения массовой коммуникации. <b>Уметь:</b> использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности;	Цель дисциплины – дать представление о социологических подходах и методах изучения массовых коммуникаций. Задачи дисциплины: дать представление о современных социологических теориях массовой коммуника-

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p>струменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.  <b>Владеть:</b> социологическими методами сбора, анализа и оценки средств массовой коммуникации, методами изучения и измерения аудитории.</p>	<p>ции; социокультурную характеристику массовой коммуникационной деятельности; сформировать представление о концептуальных моделях социологического знания, применяемых в коммуникационной деятельности, ознакомиться с социологическими методами анализа и оценки средств массовой коммуникации, методами изучения и измерения аудитории.</p>
<b>Психология рекламы</b>			
ОПК-4	<p><b>ОПК 4.2.</b> Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Знать:</b> современные теории психологии и психологические механизмы влияния, применяемые в профессиональной деятельности специалистов по рекламе и PR; функции психических процессов в связях с общественностью и рекламе; методы психологического воздействия в процессах коммуникации.  <b>Уметь:</b> учитывать основные психологические характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.  <b>Владеть:</b> навыками и приемами психологического воздействия в деловом общении.</p>	<p>Цель дисциплины – дать представление о психологических механизмах влияния и современных теориях психологии (атрибуции и аттитюдов, агрессии и дискриминации, стереотипов и предрассудков), применяемых в профессиональной деятельности специалистов по рекламе в связях с общественностью.          Задачи дисциплины: дать представление о функциях психических процессов в связях с общественностью и рекламе; -сформировать знания о методах психологического воздействия в процессах коммуникации; -отработать навыки и приемы психологического взаимодействия в деловом общении.</p>
<b>Организация и проведение коммуникационных кампаний</b>			
ОПК-2	<p><b>ОПК 2.1.</b> Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития  <b>ОПК 2.2.</b> Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Знать:</b> классификацию и типологию коммуникационных кампаний.  <b>Уметь:</b> сегментировать основные группы общественности и находить общие и специфические формы и методы работы с ними.</p>	<p>Цель дисциплины - освоение понятийного аппарата и основных положений базисных теорий комплексных организационных мероприятий.          Задачи дисциплины: дать представление о планировании и реализации коммуникационных кампаний в отечественной и зарубежной практике; дать характеристику коммуникационным компаниям, классификацию и типологию коммуникационных компаний; провести анализ исследовательских программ в рамках кампаний; продемонстрировать основные проблемы в планирова-</p>

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
ОПК-3	ОПК 3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<b>Уметь:</b> планировать и проводить коммуникационные кампании с учетом отечественной и зарубежной практики; проводить анализ программ и мероприятий в рамках кампаний. <b>Владеть:</b> методами оценки эффективности коммуникационных кампаний.	нии и реализации кампаний; обучить основным подходам и методам к оценке эффективности; сегментировать основные группы общественности и находить общие и специфические формы и методы работы с ними.
<b>Управление проектами</b>			
УК-1	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи. УК-1.3. Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки, практические последствия.	<b>Знать:</b> технологию создания и реализации проектов. <b>Уметь:</b> проводить мониторинг проектной деятельности с целью оперативной корректировки коммуникационного проекта и прогнозирования последствий его реализации. <b>Владеть:</b> навыками составления проектов в сфере коммуникации.	Цель дисциплины - изучение технологических процедур при создании и реализации проектов в сфере коммуникаций, стимулирование креативных способностей. Задачи дисциплины: продемонстрировать и объяснить алгоритм и методику создания коммуникативных проектов; обучить проведению мониторинга проектной деятельности с целью оперативной корректировки коммуникационного проекта и прогнозированию последствий его реализации.
ОПК-2	ОПК 2.2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов.	<b>Уметь:</b> учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при создании проектов в сфере рекламы и связей с общественностью и других коммуникационных продуктов.	
<b>Безопасность жизнедеятельности</b>			
УК-8	УК-8.1. Анализирует факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений); УК-8.2. Идентифицирует опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой деятельности; УК-8.3. Выявляет проблемы, связанные	<b>Знать:</b> возможные источники опасностей, угроз, аварий и катастроф в современном обществе; влияние социальных, биологических, природно-климатических, антропогенных факторов на жизнедеятельность и здоровье населения, способы создания и поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций; правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; правила по охране труда и пожарной безопасности.	Целью дисциплины является выработка идеологии безопасности, формирование у студентов безопасного мышления и поведения. Задачи: формирование знаний и умений выживания в различных жизненных ситуациях, правильных действий в случае природных и техногенных катастроф, адекватного поведения в случае острых социальных, социально-политических, военных конфликтов, внутренней готовности к деятельности в экстремальных условиях, иметь представление о том, как определяется соответствие па-

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p>с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций;</p> <p><b>УК-8.4.</b> Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; оказывает первую помощь, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях.</p>	<p><b>Уметь:</b> оказывать первую медицинскую помощь при несчастных случаях и в условиях чрезвычайных ситуаций;</p> <p>выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте;</p> <p><b>Владеть:</b> методами защиты населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.</p>	<p>раметров окружающей среды нормативным требованиям безопасности, и уметь предупреждать и защищаться от различного вида неблагоприятного воздействия природного, техногенного или иного происхождения.</p>
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>			
<b>Социология</b>			
УК-3	<p><b>УК-3.1.</b> Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p><b>УК-3.2.</b> При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников;</p> <p><b>УК-3.5.</b> Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.</p>	<p><b>Знать:</b> основные социологические понятия и теории; виды и формы социального действия, взаимодействия, поведения с учетом интересов участников; основные нормы и правила командной работы и способы реализации социального контроля;</p> <p><b>Уметь:</b> определить социальные статусы и роли в социальном взаимодействии и командной работе; Определить виды и формы девиантного поведения</p> <p><b>Владеть:</b> социологическими методами исследования группового процесса.</p>	<p>Цель дисциплины – формирование и развитие у студентов социологического мышления, выработка умения социологического анализа и применения знаний при разборе реальных ситуаций.</p> <p>Задачи: дать основные социологические понятия, категории, теории; показать социальные корни и последствия социальных проблем; дать основные социологические теории социального действия, взаимодействия, поведения; охарактеризовать социальные статусы и роли в социальном взаимодействии; массовое поведение, девиантное поведение и социальный контроль; правила проведения социологического исследования и использования социологических методов при изучении социальных проблем.</p>
<b>Социологические проблемы изучения общественного мнения</b>			
ПК. УВ-3	<p><b>ПК-3.2.</b> Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникативного продукта</p>	<p><b>Знать:</b> методологию и методику проведения опросов общественного мнения, исследования аудитории;</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками использования методов сбора, обра-</p>	<p>Цель дисциплины – ознакомление студентов с классическими и современными теориями общественного мнения, методологией и методикой его изучения, опытом использования общественного мнения в практике планирования рекламной или PR-кампании при создании ком-</p>



Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<b>ПК-3.3.</b> Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	ботки и анализа результатов исследования аудитории по выявлению ее запросов и потребностей.	муникационного продукта. Задачи: дать комплексный анализ общественного мнения как социального явления и как социального института; ознакомить с современными теориями общественного мнения; раскрыть закономерности формирования и функционирования общественного мнения; показать роль и функции общественного мнения в сфере рекламы и связей с общественностью; освоить методологический и методический опыт изучения общественного мнения в России; и за рубежом.
ПК. УВ-7	<b>ПК-7.3.</b> Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	<b>Знать:</b> закономерности формирования и функционирования общественного мнения; <b>Уметь:</b> использовать результаты исследований общественного мнения для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	
<b>Социология конфликтов</b>			
УК-3	<b>УК-3.2.</b> При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников; <b>УК-3.3.</b> Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого;	<b>Знать:</b> теоретические объяснения природы конфликта, его структуры, динамики, функций; стратегии поведения в конфликте; <b>Уметь:</b> предупреждать конфликты в социальном взаимодействии и командной работе и строить продуктивное взаимодействие с учетом интересов других участников. <b>Владеть:</b> методами анализа конфликтной ситуации.	Цель дисциплины: ознакомление студентов с классическими и современными теориями конфликта, практическими методами анализа и предупреждения и разрешения конфликтов в сфере рекламы и связей с общественностью. Задачи: познакомить с теоретическими объяснениями конфликта, как социального явления, анализом его природы, структуры, динамики; раскрыть функции конфликта в общественных взаимодействиях, специфику различных видов и форм конфликта; стратегии поведения в конфликте; изучить технологии регулирования, предупреждения и разрешения социальных конфликтов; освоить опыт использования знаний теории конфликта в практике при решении профессиональных задач.
<b>Методология исследования процессов в связях с общественностью и рекламе</b>			
УК-1	<b>УК-1.1.</b> Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи. <b>УК-1.2.</b> Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. <b>УК-1.3.</b> Рассматривает различные вари-	<b>Знать:</b> основные понятия методологии, ее назначение в исследованиях рекламы и связей с общественностью; принципы и уровни методологии; основные научные подходы, направления и виды исследований связей с общественностью и рекламной деятельности <b>Уметь:</b> составлять программу исследования процессов в	Цель дисциплины - ознакомление студентов с методологическими основами исследования процессов в связях с общественностью и рекламе. Задачи: раскрыть основные понятия методологии, ее назначение в исследованиях рекламы и связей с общественностью; дать методологические принципы и уровни методологии; рассмотреть основные научные подходы,

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p>анты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки, практические последствия.</p> <p><b>УК-1.4.</b> Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки.</p>	<p>связях с общественностью и рекламе.</p>	<p>направления и виды исследований связей с общественностью и рекламной деятельности; рассмотреть структуру программы исследования процессов в связях с общественностью и рекламе и этапы проведения.</p>
<b>Методы сбора и анализа социальной информации</b>			
УК-1	<p><b>УК-1.1.</b> Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи.</p> <p><b>УК-1.2.</b> Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.</p> <p><b>УК-1.3.</b> Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки, практические последствия.</p> <p><b>УК-1.4.</b> Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки.</p> <p><b>УК-1.5.</b> Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях.</p>	<p><b>Знать:</b> основные методы сбора и анализа социальной информации, их достоинства и ограничения.</p> <p><b>Уметь:</b> разрабатывать инструментарий и использовать его в конкретных эмпирических исследованиях.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками использования методов сбора и обработки социальной информации для изучения процессов в сфере связей с общественностью и рекламы; навыками анализа и интерпретации социальной информации.</p>	<p>Цель дисциплины – овладение студентами методами сбора и анализа социальной информации и ее применение при исследовании процессов в связях с общественностью и рекламе.</p> <p>Задачи: способствовать формированию у студентов навыков сбора и анализа социальной информации, представления о различных методах сбора данных, их достоинствах и ограничениях, процедуре и способах обработки первичных данных, количественного и качественного анализа социальной информации в сфере связей с общественностью и рекламе,</p>
<b>Маркетинг</b>			
ПК. УВ-3	<p><b>ПК-3.1.</b> Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникативного продукта</p> <p><b>ПК-3.2.</b> Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникативного продукта</p>	<p><b>Знать:</b> технологии маркетинговых коммуникаций;</p> <p><b>Уметь:</b> использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникативного продукта;</p> <p>участвовать в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникативного продукта.</p> <p><b>Владеть:</b> методами анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникативной продукции</p>	<p>Цель дисциплины - обеспечить студентов теоретическими знаниями основ организации маркетинговой деятельности, первичными навыками анализа конъюнктуры рынка, потребительского поведения при планировании производства и реализации коммуникативного продукта.</p> <p>Задачи: раскрыть содержание маркетинга и маркетинговой деятельности, маркетинговых коммуникаций; показать направления маркетинга; рассмотреть использование основных маркетинговых инструментов при плани-</p>

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.		ровании производства и (или) реализации коммуникативного продукта; научить организации и выполнению маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникативного продукта, осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.
<b>Социальная реклама</b>			
ПК УВ-3	ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникативного продукта	<i>Уметь:</i> использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации социальной рекламы; <i>Владеть:</i> навыками проведения рекламных кампаний социального содержания с использованием инструментов массмедиа.	Цель дисциплины - формирование у студентов системы знаний о роли социальной рекламы в жизни современного общества, формирование знаний о методах анализа структуры потребительского рынка рекламы для повышения эффективности работы. Задачи: ознакомление студентов с основными функциями и видами социальной рекламы, основными способами воздействия и выражения рекламы, с психотехнологиями рекламной стратегии, ролью психологических факторов в формировании рекламных образов, формирование способности определять условия и критерии эффективности социальной рекламы; задачи и потребности рынка социальной рекламы в Кузбассе, основные участники и целевые аудитории рынка социальной рекламы в регионе.
ПК. УВ-5	ПК-5.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-5.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	<i>Знать:</i> функции и виды социальной рекламы; средства психологического воздействия в социальной рекламе. <i>Уметь:</i> участвовать в продвижении социально значимых ценностей средствами рекламы; определять потребности, основных участников и целевые аудитории рынка социальной рекламы в регионе. <i>Владеть:</i> методами анализа эффективности социальной рекламы.	
<b>Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью</b>			
УК-3	УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе	<i>Знать:</i> функции и основные направления деятельности отделов рекламы и связей с общественностью. <i>Уметь:</i> соблюдать нормы и установленные правила командной работы; нести личную ответственность за результат. <i>Владеть:</i> методами анализа эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью и определение путей ее повышения.	Цель дисциплины – ознакомить студентов со структурой и основными направлениями деятельности отделов рекламы и связей с общественностью, а также раскрыть основные составляющие планирования, организации и проведения рекламных и PR-кампаний. Задачи: дать студентам теоретические знания о принципах построения и деятельности подразделений по рекламе и связям с общественностью и отделов рекламы

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p>те, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого;</p> <p><b>УК-3.4.</b> Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели;</p> <p><b>УК-3.5.</b> Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.</p>		<p>в современных организациях; формирование у студентов навыков тактического планирования и оперативного контроля над рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; изучение методов анализа эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.</p>
ПК. УВ-1	<p><b>ПК-1.1.</b> Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связей с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;</p> <p><b>ПК-1.2.</b> Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;</p> <p><b>ПК-1.3.</b> Участвует в реализации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</p>	<p><b>Знать:</b> корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность.</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять тактическое планирование и контроль в рамках коммуникационной стратегии; участвовать в мероприятиях по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</p> <p><b>Владеть:</b> методами анализа эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью и определению путей ее повышения.</p>	
<b>Особенности рекламного и PR-текста</b>			
УК-4	<p><b>УК-4.5.</b> Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения.</p>	<p><b>Уметь:</b> адаптировать рекламный и PR-текст с учетом аудитории и цели общения.</p>	
ПК. УВ-2	<p><b>ПК-2.1.</b> Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имею-</p>	<p><b>Знать:</b> основные виды и жанры медиатекста, рекламного, PR-текста;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками создания текстов рекламы и связей</p>	<p>Цель дисциплины – дать теоретические основы и сформировать практические навыки создания рекламного и PR-текста.</p>

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p>щегося мирового и отечественного опыта</p> <p><b>ПК-2.3.</b> Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.</p>	с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации	Задачи: рассмотреть основные понятия, теоретические концепции медиатекста, рекламного текста; дать композиционную структуру рекламного текста; научить создавать и редактировать медиатексты, рекламные и PR-тексты различных видов и жанров;
ПК. УВ-6	<p><b>ПК-6.1.</b> Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта</p> <p><b>ПК-6.2.</b> Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала.</p>	<p><b>Уметь:</b> контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта.</p>	
<b>Основы брендинга</b>			
ПК. УВ-3	<p><b>ПК-3.1.</b> Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникативного продукта</p> <p><b>ПК-3.2.</b> Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникативного продукта</p> <p><b>ПК-3.3.</b> Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p>	<p><b>Знать:</b> основные понятия брендинга, структуру бренда; технологию создания бренда.</p> <p><b>Уметь:</b> использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации бренда;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа внутренней и внешней среды организации средствами маркетинга для оценки бренда.</p>	<p>Цель - создать у студентов представление о формировании и функционировании брендов.</p> <p>Задачи: рассмотреть основания понятия брендинга, осмыслить отличие бренда от торговой марки; проанализировать элементы бренда; выяснить технологии создания бренда; проанализировать возможные способы управления брендом; рассмотреть способы оценки бренда.</p>
<b>PR-технологии в интернете и социальных сетях</b>			
УК-2	УК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм	<p><b>Знать:</b> правила модерирования обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях; специальную терминологию и веб-этикет;</p>	Цель дисциплины – показать особенность PR-технологий в интернете и социальных сетях, сформировать навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью в онлайн и офлайн среде

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
			Задачи: рассмотреть виды и формы рекламной и PR-деятельности в сети интернет и социальных сетях; дать принципы медиапланирования в сети с учетом российской и зарубежной аудиторией; показать возможности по контролю каждой фазы взаимодействия пользователя и рекламы в сети; дать методы анализа эффективности рекламы и связей с общественностью в интернете и социальных сетях.
ПК. УВ-2	<p><b>ПК-2.1.</b> Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;</p> <p><b>ПК-2.2.</b> Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;</p> <p><b>ПК-2.3.</b> Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.</p>	<p><b>Знать:</b> основные PR-технологии в интернете и социальных сетях.</p> <p><b>Уметь:</b> создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью в интернете и социальных сетях.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками создания основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании в интернете или социальной сети.</p>	
ПК. УВ-4	<p><b>ПК-4.1.</b> При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде</p> <p><b>ПК-4.2.</b> При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде</p> <p><b>ПК-4.3.</b> Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p><b>ПК-4.5.</b> Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникативного продукта</p>	<p><b>Уметь:</b> использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде при реализации рекламного и PR-продукта;</p> <p><b>Владеть:</b> основными технологиями копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью; методами анализа эффективности рекламы и связей с общественностью в интернете и социальных сетях.</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
<b>Формирование и продвижение имиджа территории</b>			
УК-2	<p><b>УК-2.2.</b> Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта.</p> <p><b>УК-2.3.</b> Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм.</p>	<p><b>Уметь:</b> формулировать задачи и предлагать способы их решения по продвижению имиджа территории с учетом имеющихся ресурсов и ограничений.</p>	<p>Цель дисциплины – дать теоретические и практические основы территориального имиджмейкинга.</p> <p>Задачи: раскрыть основные понятия в территориальном брендинге; охарактеризовать этапы формирования, основные составляющие имиджа территории; рассмотреть основные положения и стратегии территориального маркетинга; формирование и продвижения имиджа Кемеровской области.</p>
ПК. УВ-5	<p><b>ПК-5.1.</b> Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы.</p> <p><b>ПК-5.2.</b> При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.</p>	<p><b>Знать:</b> основные понятия в территориальном брендинге; этапы формирования, основные составляющие имиджа территории; основные положения и стратегии территориального маркетинга.</p> <p><b>Уметь:</b> участвовать в продвижении имиджа Кемеровской области средствами связей с общественностью и рекламы;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками проведения рекламных, информационных, PR-кампаний по продвижению имиджа территории с использованием инструментов массмедиа.</p>	
<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1</b>			
<b>Социальная политика</b>			
ПК. УВ-5	<p><b>ПК-5.1.</b> Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;</p> <p><b>ПК-5.2.</b> При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной</p>	<p><b>Знать:</b> основные принципы и направления социальной политики.</p> <p><b>Уметь:</b> участвовать в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы.</p>	<p>Цель дисциплины – формирование целостного представления о социальной политике как части внутренней политики государства, изучение теоретических и практических основ социальной политики; анализ основных социальных проблем в России и путей их решения</p> <p>Задачи: рассмотреть историю становление социальной политики в России, принципы, основные направления и уровни современной социальной политики; экономические, правовые основы социальной политики, охарактере-</p>

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	ответственности.		ризовать субъектов социальной политики и их взаимодействие, социальную политику в регионе.
<b>Практикум по социальной психологии</b>			
ПК. УВ-5	<p><b>ПК-5.1.</b> Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;</p> <p><b>ПК-5.2.</b> При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.</p>	<p><b>Знать:</b> психологические особенности больших и малых групп.</p> <p><b>Уметь:</b> выстраивать эффективное взаимодействие в рекламной и PR-деятельности, опираясь на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности;</p>	<p>Цель дисциплины – знакомство с понятийным аппаратом дисциплины, социально- психологическими теориями, психологией больших и малых социальных групп, различными сторонами группового и межличностного общения.</p> <p>Задачи: формирование представления о социальной психологии как науке, психологии больших и малых социальных групп, групповых нормах и ценностях, формах группового давления, конформизма, групповой сплоченности, проблемах лидерства, охарактеризовать различные стороны общения и практические средства повышения точности межличностного понимания и построения эффективного взаимодействия; рассмотреть проблемы личности в социальной психологии, содержание и механизмы социализации, формирования социальной идентичности, механизмов регуляции социального поведения, социально-психологические качества личности.</p>
<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2</b>			
<b>Основы социально-психологического тренинга</b>			
УК-3	<p><b>УК-3.1.</b> Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p><b>УК-3.2.</b> При реализации своей роли в социальном взаимодействии и команд-</p>	<p><b>Знать:</b> понятийный аппарат дисциплины, основные принципы социально-психологического тренинга; методы социально-психологической работы с группой.</p> <p><b>Уметь:</b> нести социальную ответственность за последствия своей профессиональной деятельности.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками социально-психологического анализа групповой динамики.</p>	<p>Цель дисциплины – формирование представления о социально-психологическом тренинге, методах психологической работы с группой в ходе СПТ.</p> <p>Задачи: знакомство с понятийным аппаратом дисциплины, видами групп, блоками методов, основными принципами СПТ, видами руководства группами, этическими принципами; продемонстрировать умения ра-</p>



Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p>ной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников;</p> <p><b>УК-3.3.</b> Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого;</p> <p><b>УК-3.4.</b> Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели;</p> <p><b>УК-3.5.</b> Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.</p>		<p>боты с группой, наработку багажа методов и упражнений для работы с группой, познакомить с основными методами: упражнения - «ледоколы», групповое интервью как метод групповой работы, мозговой штурм, групповая дискуссия, невербальные методы: арттерапия, методы сенситивного тренинга, телесные методы, игровые методы в работе с группой; рассмотреть групповую динамику, закономерности развития группы, основные модели групповой динамики: Келман, Б. Такман, В. Шутц, Беннис и Шеппард, И. Ялом. Этапы СПТ, цикл обучения Коуба, кривая контакта как модель группового процесса.</p>
ПК. УВ-1	<b>ПК-1.3.</b> Участвует в реализации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	<b>Уметь:</b> участвовать в деятельности профессиональных групп и мероприятиях по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	
<b>Психология общения</b>			
УК-3	<p><b>УК-3.1.</b> Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p><b>УК-3.2.</b> При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников;</p> <p><b>УК-3.3.</b> Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе;</p>	<p><b>Знать:</b> особенности общения как коммуникативного процесса и как взаимодействия.</p> <p><b>Уметь:</b> использовать стратегии и тактики общения в рекламной и PR-деятельности.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками деловой коммуникации.</p>	<p>Цель дисциплины – рассмотреть общение как коммуникационный процесс и как взаимодействие.</p> <p>Задачи: раскрыть понятие об общении в психологии, категории «общения» и «деятельности» в психологии, функции и виды общения. Рассмотреть общение как обмен информацией (коммуникативная сторона общения), виды коммуникаций, коммуникативная компетентность, функции коммуникации, коммуникативные роли, причины плохой коммуникации; дать стратегии и тактику общения, этапы процедуры общения, вербальные и невербальные средства общения, виды и техника слушания; рассмотреть общение как взаимодействие (интерак-</p>

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p>те, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого;</p> <p><b>УК-3.4.</b> Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели;</p> <p><b>УК-3.5.</b> Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.</p>		<p>тивная сторона общения), общение как восприятие людьми друг друга (перцептивная сторона общения), практические аспекты общения.</p>
ПК. УВ-1	<b>ПК-1.3.</b> Участвует в реализации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	<b>Уметь:</b> участвовать в деятельности профессиональных групп и мероприятиях по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	
<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3</b>			
<b>GR-технологии</b>			
ПК. УВ-3	<p><b>ПК-3.1.</b> Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникативного продукта</p> <p><b>ПК-3.2.</b> Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникативного продукта</p> <p><b>ПК-3.3.</b> Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.</p>	<p><b>Уметь:</b> выделять основные этапы GR-деятельности; использовать основные маркетинговые инструменты при реализации GR-технологии;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками организации взаимодействия с властью.</p>	<p>Government relations (GR) – установление и поддержание партнерских отношений с органами государственной власти.</p> <p>Цель дисциплины – познакомить студентов с GR-технологиями.</p> <p>Задачи: раскрыть понятие Government relations, субъекты, объекты GR, этапы GR-деятельности, рассмотреть основные методы, стратегии и тактики взаимодействия с органами государственной власти; основные GR технологии, этика GR, неэтичные GR-технологии.</p>
ПК. УВ-5	<b>ПК-5.1.</b> Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	<p><b>Знать:</b> основные методы, стратегии и тактики взаимодействия с органами государственной власти.</p> <p><b>Уметь:</b> участвовать в продвижении социально значимых ценностей средствами GR-технологии;</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p><b>ПК-5.2.</b> При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.</p>	<p>при реализации GR-технологии опираться на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.</p>	
<b>Социология выборов</b>			
<p>ПК. УВ-3</p>	<p><b>ПК-3.1.</b> Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникативного продукта  <b>ПК-3.2.</b> Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникативного продукта  <b>ПК-3.3.</b> Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.</p>	<p><b>Знать:</b> современные тенденции развития института выборов.  <b>Уметь:</b> использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации PR-технологии в избирательном процессе; осуществлять мониторинг обратной связи с электората в избирательном процессе.  <b>Владеть:</b> при реализации избирательных технологий опираться на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.</p>	<p>Цели дисциплины – раскрыть социологический подход к изучению выборного процесса, особенности организации и проведения избирательных кампаний, PR-технологии на выборах.  Задачи: показать специфику социологического подхода к изучению выборных кампаний, рассмотреть выборы как социальный и как политический институт, особенности организации и проведения избирательных кампаний регионального охвата; охарактеризовать социальные технологии, используемые в избирательных кампаниях и их результативность, особенности электорального поведения; ознакомить с основными видами и методами электоральных исследований.</p>
<p>ПК. УВ-5</p>	<p><b>ПК-5.1.</b> Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы  <b>ПК-5.2.</b> При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.</p>	<p><b>Уметь:</b> при реализации избирательных технологий опираться на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.</p>	
<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4</b>			
<b>Консалтинг в связях с общественностью</b>			

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
ПК. УВ-7	<p><b>ПК-7.1.</b> Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p><b>ПК-7.2.</b> Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p><b>ПК-7.3.</b> Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>	<p><b>Знать:</b> основные направления, виды и модели PR-консалтинга.</p> <p><b>Уметь:</b> решать организационные вопросы, готовить основные документы по сопровождению PR-консалтинга;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками планирования и разработкой программы в PR-консалтинге.</p>	<p>Цель дисциплины - дать теоретические и концептуальные основы консультирования, рассмотреть виды и формы консалтинговых услуг в связях с общественностью, процедуру проведения и практику осуществления PR-консалтинга.</p> <p>Задачи: раскрыть сущность, цель, задачи, области применения и возможности консалтинга, этапы становления и развития консалтинга за рубежом и в России, рассмотреть основные теоретические парадигмы консалтинга в связях с общественностью; дать виды и модели PR-консалтинга, планирование и разработка программ в PR-консалтинге, раскрыть организацию и процедуру проведения PR-консалтинга, принципы деятельности PR-консультанта, особенности взаимодействия между заказчиками и исполнителями при оказании консалтинговых услуг, этические нормы и требования к деятельности консультанта по связям с общественностью, коммуникативные техники консультативной беседы, процедуры индивидуального консультирования; показать практику осуществления консалтинга в связях с общественностью.</p>
<b>Современные технологии бизнес консультирования</b>			
ПК. УВ-7	<p><b>ПК-7.1.</b> Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p><b>ПК-7.2.</b> Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p><b>ПК-7.3.</b> Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>	<p><b>Знать:</b> основные направления и технологии бизнес консультирования.</p> <p><b>Уметь:</b> решать организационные вопросы, готовить основные документы по сопровождению бизнес-консалтинга;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками планирования и разработкой программы в бизнес-консалтинге.</p>	<p>Цель дисциплины - дать теоретические и концептуальные основы бизнес консультирования, рассмотреть виды и формы бизнес консультирования, процедуру проведения и практику осуществления бизнес-консалтинга.</p> <p>Задачи: рассмотреть теоретические и концептуальные основы консультирования, сущность, цель, задачи, области применения и возможности консалтинга, этапы становления и развития консалтинга за рубежом и в России, основные теоретические парадигмы консалтинга в связях с общественностью; раскрыть виды и формы бизнес-консультирования, планирование и разработку</p>

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	<i>Аннотации</i>
			программ в бизнес-консалтинге; рассмотреть организацию и процедуру проведения бизнес-консультирования, основные этапы, принципы деятельности бизнес-консультанта., особенности взаимодействия между заказчиками и исполнителями при оказании консалтинговых услуг, этические нормы и требования к деятельности консультанта по связям с общественностью, коммуникативные техники консультативной беседы, практику осуществления бизнес-консультирования.
<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5</b>			
<b>Ивент-менеджмент</b>			
ПК. УВ-1	<p><b>ПК-1.2.</b> Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p><b>ПК-1.3.</b> Участвует в реализации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p><b>Знать:</b> основные понятия событийного менеджмента.</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках Ивент-менеджмента.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками создания основы сценариев событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.</p>	<p>Цели дисциплины – рассмотреть основы событийного менеджмента, подготовку, планирование и управление мероприятием</p> <p>Задачи: раскрыть основы событийного менеджмента: понятия «мероприятие» и «событие», «специальное событие», «event-менеджмент», «event», «событийный менеджмент», признаки специального события, «естественные» и «искусственные» события, дать классификацию мероприятий и специальных событий; рассмотреть этапы подготовки и планирования мероприятия. управление мероприятием, раскрыть сущность кейтеринга, логистики, современные информационные технологии в событийном менеджменте.</p>
ПК. УВ-4	<p><b>ПК-7.1.</b> Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p><b>ПК-7.2.</b> Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p><b>ПК-7.3.</b> Использует результаты исследований для планирования рекламной</p>	<p><b>Уметь:</b> реализовать типовые алгоритмы проектов и мероприятий в событийном менеджменте</p> <p><b>Владеть:</b> методами управления мероприятиями в ивент-менеджменте.</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	или PR-кампании при создании коммуникационного продукта		
<b>Гендерные основы PR и рекламы</b>			
УК-5	<p><b>УК-5.1.</b> Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем;</p> <p><b>УК-5.2.</b> Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии;</p> <p><b>УК-5.3.</b> Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия, основанного на толерантном восприятии культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной задачи.</p>	<p><b>Знать:</b> современные концепции гендерных различий, сущности гендерных отношений.</p> <p><b>Уметь:</b> проводить анализ гендерных отношений на разных уровнях организации общества</p> <p><b>Владеть:</b> навыками работы с рекламными и PR-текстами методами гендерного анализа.</p>	<p>Цель дисциплины – рассмотреть проблематику гендерных исследований в рекламе и связях с общественностью.</p> <p>Задачи: рассмотреть возникновение гендерной проблематики в PR и рекламе, современные концепции гендерных различий; дать гендерные характеристики личности и методы их исследования, формировать у студентов понимания сущности гендерных отношений, навыков анализа гендерных отношений на разных уровнях организации общества; раскрыть частные вопросы гендерных исследований в области рекламы и связей с общественностью, возможности анализа, учета гендерных характеристик в работе с рекламными текстами.</p>
<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6</b>			
<b>Самоорганизация и управление временем</b>			
УК-6	<p><b>УК-6.1.</b> Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей;</p> <p><b>УК-6.2.</b> Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста;</p> <p><b>УК-6.3.</b> Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных</p>	<p><b>Знать:</b> теоретические основы самоорганизации и управления временем.</p> <p><b>Уметь:</b> использовать инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей; определять приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками тайм-менеджмента и планирования профессиональной карьеры.</p>	<p>Цель дисциплины: дать теоретические основы самоорганизации и управления временем и научить студентов эффективно тайм-менеджменту и планированию профессиональной карьеры..</p> <p>Задачи: рассмотреть теоретические основы самоорганизации и управления временем, дать понятие, основные принципы, функции тайм-менеджмента, способы тайм-менеджмента, научить планированию, расставлению приоритетов, распределению ресурсов и др., эффек-</p>

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста; <b>УК-6.4.</b> Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития.		тивному тайм-менеджменту, строить профессиональную карьеру и определять стратегию профессионального развития.
<b>Основы гендерологии</b>			
УК-5	<p><b>УК-5.2.</b> Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии;</p> <p><b>УК-5.3.</b> Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия, основанного на толерантном восприятии культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной задачи.</p>	<p><b>Знать:</b> современные концепции гендерных различий, сущности гендерных отношений.</p> <p><b>Уметь:</b> проводить анализ гендерных отношений на разных уровнях организации общества</p> <p><b>Владеть</b> навыками работы с рекламными и PR-текстами методами гендерного анализа.</p>	<p>Цель дисциплины – анализ гендерных отношений в обществе, гендерных исследований в рекламе и связях с общественностью.</p> <p>Задачи: рассмотреть историю возникновения гендерной проблематики в PR и рекламе, которая включает вопросы изучения этапов становления женских, феминистских и гендерных исследований, раскрывается содержание понятия «гендер», его многомерность и связи с другими категориями гендерных исследований, обсуждаются современные концепции гендерных различий; раскрыть гендерные характеристики личности и методы их исследования, формировать у студентов навыки и умения распознавания гендерных стереотипов, их позитивного и негативного влияния на личность, группы; формировать у студентов навыки анализа гендерных отношений; раскрыть гендерные аспекты в рекламной и PR-деятельности.</p>
<b>Практики</b>			
<b>Обязательная часть</b>			
<b>Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика</b>			
УК 1	<p><b>УК-1.1.</b> Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи.</p> <p><b>УК-1.2.</b> Находит и критически анализирует информацию, необходимую для</p>	<p><b>Уметь:</b> анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи; находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи.</p> <p>отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д.</p>	Целью практики является формирование первоначальных представлений о функционировании различных подразделений / компаний, занятых в сфере рекламы и / или связей с общественностью, что способствует формированию первичных навыков профессиональной деятельности.

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p>решения поставленной задачи.  <b>УК-1.3.</b> Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки, практические последствия.  <b>УК-1.4.</b> Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки.  <b>УК-1.5.</b> Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях</p>	<p>рассматривать различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки, практические последствия.  <b>Владеть:</b> навыками критического анализа; навыками грамотно, логично, аргументированно формулировать собственные суждения и оценки.</p>	<p>сти, подразумевает закрепление начальных профессиональных умений и навыков, полученных в процессе первого года обучения.  В результате прохождения практики обучающийся должен: изучить структуру и направления деятельности организации, должностных обязанностей сотрудников. Ознакомиться с основными формами работы, оценкой системы учета, контроля и анализа, действующей в организации, с технологическим циклом создания рекламного продукта (печатного или видео). Составить отчет о прохождении практики.</p>
УК 2	<p><b>УК-2.1.</b> Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними  <b>УК-2.2.</b> Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта  <b>УК-2.3.</b> Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм  <b>УК-2.4.</b> Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач  <b>УК-2.5.</b> Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования</p>	<p><b>Уметь:</b> определять круг задач в рамках поставленной цели;  определять способы решения поставленных задач;  планировать реализацию задач в зоне своей ответственности, с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм;  <b>Владеть:</b> навыками выполнения задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами;  навыками представления результатов проекта.</p>	
УК 3	<p><b>УК-3.1.</b> Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудни-</p>	<p><b>Уметь:</b> определить свою роль в социальном взаимодействии и в командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p>	



Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p>чества для достижения поставленной цели;</p> <p><b>УК-3.2.</b> При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников;</p> <p><b>УК-3.3.</b> Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого;</p> <p><b>УК-3.4.</b> Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели;</p> <p><b>УК-3.5.</b> Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.</p>	<p>учитывать особенности поведения и интересы других участников взаимодействия при реализации своей роли; анализировать возможные последствия своих действий и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды; навыками соблюдения норм и установленных правил социального взаимодействия и командной работы.</p>	
УК 4	<p><b>УК-4.1.</b> Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;</p> <p><b>УК-4.2.</b> Ведет деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем;</p> <p><b>УК-4.5.</b> Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения;</p>	<p><b>Уметь:</b> адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; вести деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками публичного выступления с учетом аудитории и цели общения;</p>	
ОПК-1	<b>ОПК 1.1.</b> Выявляет отличительные особенности медиатекстов и (или) медиа-	<b>Уметь:</b> выявлять отличительные особенности медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	продуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ;	продуктов разных медиасегментов и платформ;	
ОПК-2	<b>ОПК 2.1.</b> Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;	<b>Уметь:</b> демонстрировать знания системы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;	
ОПК-5	<b>ОПК 5.1.</b> Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;	<b>Уметь:</b> демонстрировать знания совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	
ОПК-6	<b>ОПК 6.1.</b> Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; <b>ОПК 6.2.</b> Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<b>Уметь:</b> отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; <b>Владеть:</b> необходимыми навыками работы с использованием профессиональных компьютерных программ, офисной и оргтехники.	
<b>Производственная практика. Профессионально-творческая практика</b>			
УК-1	<b>УК-1.1.</b> Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи. <b>УК-1.2.</b> Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. <b>УК-1.3.</b> Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивая их до-	<b>Уметь:</b> анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи; находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи; отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д.; рассматривать различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки, практические последствия;	Целью практики является формирование расширенных представлений о функционировании и развитии коммуникационных структур, получение разностороннего опыта работы в коллективе или в конкретном коммуникационном проекте. Это подразумевает развитие профессиональных умений и навыков, полученных в процессе второго и третьего года обучения. В результате прохождения практики обучающийся дол-

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p>стоинства и недостатки, практические последствия.</p> <p><b>УК-1.4.</b> Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки.</p> <p><b>УК-1.5.</b> Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях;</p>	<p><b>Владеть:</b> навыками критического анализа; навыками грамотно, логично, аргументировано формулировать собственные суждения и оценки.</p>	<p>жен ознакомиться со структурой и направлениями деятельности организации, принимать участие в мероприятиях PR-службы (создание PR-текстов), в создании и продвижении рекламного продукта, маркетинговых и социологических исследованиях.</p> <p>Составить отчет о прохождении практики с приложением разработанных рекламных и PR-текстов.</p>
УК-2	<p><b>УК-2.1.</b> Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними</p> <p><b>УК-2.2.</b> Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта</p> <p><b>УК-2.3.</b> Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм</p> <p><b>УК-2.4.</b> Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач</p> <p><b>УК-2.5.</b> Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования</p>	<p><b>Уметь:</b> определять круг задач в рамках поставленной цели;</p> <p>определять способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты;</p> <p>планировать реализацию задач в зоне своей ответственности, с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками выполнения задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами, при необходимости корректировать способы решения задач;</p> <p>навыками представления результатов проекта, предложений возможности их использования.</p>	
УК-3	<p><b>УК-3.1.</b> Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p><b>УК-3.2.</b> При реализации своей роли в</p>	<p><b>Уметь:</b> определить свою роль в социальном взаимодействии и в командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p>учитывать особенности поведения и интересы других участников взаимодействия при реализации своей роли;</p> <p>анализировать возможные последствия своих действий и</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p>социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников;</p> <p><b>УК-3.3.</b> Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого;</p> <p><b>УК-3.4.</b> Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели;</p> <p><b>УК-3.5.</b> Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.</p>	<p>строить продуктивное взаимодействие с учетом этого;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды, оценки идеи других членов команды для достижения цели;</p> <p>навыками соблюдения норм и установленных правил социального взаимодействия и командной работы, нести личную ответственность за результат.</p>	
УК-4	<p><b>УК-4.1.</b> Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;</p> <p><b>УК-4.2.</b> Ведет деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем;</p> <p><b>УК-4.5.</b> Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения.</p>	<p><b>Уметь:</b> выбирать стиль общения в зависимости от цели и условий партнерства, адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;</p> <p>вести деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками публичного выступления с учетом аудитории и цели общения;</p>	
ОПК-1	<p><b>ОПК 1.2.</b> Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами</p>	<p><b>Владеть:</b> навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.		
ОПК-2	<b>ОПК 2.2.</b> Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов.	<b>Уметь:</b> учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов.	
ОПК-3	<b>ОПК 3.2.</b> Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<b>Владеть:</b> навыками использования достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	
ОПК-4	<b>ОПК 4.1.</b> Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп <b>ОПК 4.2.</b> Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<b>Уметь:</b> соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп. <b>Владеть:</b> основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	
ОПК-5	<b>ОПК 5.2.</b> Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной	<b>Уметь:</b> осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	системы		
ОПК-6	<b>ОПК 6.2.</b> Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;	<b>Владеть:</b> современными цифровыми устройствами, платформами и программным обеспечением на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	
ОПК-7	<b>ОПК 7.2.</b> Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.	<b>Уметь:</b> осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.	
<b>Производственная практика. Преддипломная практика</b>			
УК-1	<p><b>УК-1.1.</b> Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи.</p> <p><b>УК-1.2.</b> Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.</p> <p><b>УК-1.3.</b> Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки, практические последствия.</p> <p><b>УК-1.4.</b> Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки.</p>	<p><b>Уметь:</b> осуществлять поиск, отбор и критический анализ необходимой информации; рассматривать различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки, практические последствия.</p> <p>грамотно, логично, аргументировано формулирует собственные суждения и оценки.</p>	Целью практики является подготовка основы выпускной квалификационной работы, являющейся обязательной частью государственной итоговой аттестации. Во время преддипломной практики студенты осуществляют поиск, отбор и изучение всей необходимой для написания ВКР информации. Характеристика данных материалов зависит от типа и темы ВКР, который определяется направленностью (профилем) образовательной программы. В результате прохождения практики студент должен предоставить отчет о прохождении практики и черновой вариант текста ВКР.
УК-2	<p><b>УК-2.1.</b> Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними</p> <p><b>УК-2.2.</b> Предлагает способы решения</p>	<p><b>Уметь:</b> определять круг задач в рамках поставленной цели; определять способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты;</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p>поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта</p> <p><b>УК-2.3.</b> Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм</p> <p><b>УК-2.4.</b> Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач</p> <p><b>УК-2.5.</b> Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования.</p>	<p>планировать реализацию задач в зоне своей ответственности, с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками выполнения задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами, при необходимости корректировать способы решения задач;</p> <p>навыками представления результатов проекта, предложений возможности их использования.</p>	
УК-3	<p><b>УК-3.1.</b> Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p><b>УК-3.2.</b> При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников;</p> <p><b>УК-3.3.</b> Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого;</p> <p><b>УК-3.4.</b> Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной</p>	<p><b>Уметь:</b> определить свою роль в социальном взаимодействии и в командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p>учитывать особенности поведения и интересы других участников взаимодействия при реализации своей роли;</p> <p>анализировать возможные последствия своих действий и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды, оценки идеи других членов команды для достижения цели;</p> <p>навыками соблюдения норм и установленных правил социального взаимодействия и командной работы, нести личную ответственность за результат.</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	цели; <b>УК-3.5.</b> Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.		
<b>УК-4</b>	<b>УК-4.1.</b> Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; <b>УК-4.2.</b> Ведет деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем; <b>УК-4.4.</b> Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный; <b>УК-4.5.</b> Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения.	<b>Уметь:</b> выбирать стиль общения в зависимости от цели и условий партнерства, адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; вести деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем; <b>Владеть:</b> навыками перевода официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный для личных целей; навыками публичного выступления с учетом аудитории и цели общения;	
<b>ОПК-1</b>	<b>ОПК 1.2.</b> Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	<b>Владеть:</b> навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	
<b>ОПК-2</b>	<b>ОПК 2.2.</b> Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных про-	<b>Уметь:</b> учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов;	



Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	дуктов.		
ОПК-3	<b>ОПК 3.2.</b> Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<b>Уметь:</b> учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;	
ОПК-4	<b>ОПК 4.1.</b> Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп <b>ОПК 4.2.</b> Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<b>Уметь:</b> соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; <b>Владеть:</b> инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;	
ОПК-5	<b>ОПК 5.2.</b> Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.	<b>Уметь:</b> осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;	
ОПК-6	<b>ОПК 6.2.</b> Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<b>Владеть:</b> современными цифровыми устройствами, платформами и программным обеспечением на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
ОПК-7	ОПК 7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.	<i>Уметь:</i> осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.	
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>			
<b>Государственная итоговая аттестация</b>			
<b>Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена</b>			
УК-1	<p><b>УК-1.1.</b> Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи.</p> <p><b>УК-1.2.</b> Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.</p> <p><b>УК-1.3.</b> Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки, практические последствия.</p> <p><b>УК-1.4.</b> Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки.</p> <p><b>УК-1.5.</b> Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях.</p>	<i>Умеет:</i> осуществлять поиск, критический анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p><b>Цель проведения государственной итоговой аттестации:</b> проверка степени овладения за время обучения студентами-бакалаврами общепрофессиональными и профессиональными компетенциями в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p><b>Основные задачи государственной итоговой аттестации:</b></p> <p>проверить способность студента-бакалавра представить грамотный теоретический анализ различных сфер профессиональной направленности,</p> <p>проверить способность студента провести самостоятельное научное исследование или подготовить практическую разработку на актуальную тему в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>
УК-2	<b>УК-2.1.</b> Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними	<i>Умеет:</i> определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресур-	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p><b>УК-2.2.</b> Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта</p> <p><b>УК-2.3.</b> Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм</p> <p><b>УК-2.4.</b> Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач</p> <p><b>УК-2.5.</b> Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования</p>	сов и ограничений	
УК-3	<p><b>УК-3.1.</b> Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p><b>УК-3.2.</b> При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников;</p> <p><b>УК-3.3.</b> Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого;</p> <p><b>УК-3.4.</b> Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов</p>	<b>Умеет:</b> осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p>команды для достижения поставленной цели;</p> <p><b>УК-3.5.</b> Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.</p>		
УК-4	<p><b>УК-4.1.</b> Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;</p> <p><b>УК-4.2.</b> Ведет деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем;</p> <p><b>УК-4.3.</b> Ведет деловую переписку на иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий;</p> <p><b>УК-4.4.</b> Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный;</p> <p><b>УК-4.5.</b> Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения;</p> <p><b>УК-4.6.</b> Устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может поддержать разговор в ходе их обсуждения</p>	<p><b>Владеть:</b> навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке.</p>	
ОПК-1	<p><b>ОПК 1.1.</b> Выявляет отличительные особенности медиатекстов. И (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных</p>	<p><b>Умеет:</b> создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p>продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p><b>ОПК 1.2.</b> Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p>русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	
ОПК-2	<p><b>ОПК 2.1.</b> Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p><b>ОПК 2.2.</b> Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Умеет:</b> учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.</p>	
ОПК-3	<p><b>ОПК 3.1.</b> Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p> <p><b>ОПК 3.2.</b> Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Владеет:</b> навыком использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p>	
ОПК-4	<p><b>ОПК 4.1.</b> Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p><b>ОПК 4.2.</b> Использует основные инструменты поиска информации о теку-</p>	<p><b>Умеет:</b> отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	щих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.		
ОПК-5	<p><b>ОПК 5.1.</b> Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p><b>ОПК 5.2.</b> Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p><b>Знает:</b> совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p><b>Умеет:</b> 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>	
ОПК-6	<p><b>ОПК 6.1.</b> Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p><b>ОПК 6.2.</b> Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Владеет:</b> навыками использования в профессиональной деятельности современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий.</p>	
ОПК-7	<p><b>ОПК 7.1.</b> Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p>	<p><b>Знает:</b> цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p><b>ОПК 7.2.</b> Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом</p>	<p><i>Умеет:</i> учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.</p>	
ПК.УВ-1	<p><b>ПК-1.1.</b> Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связей с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p><b>ПК-1.2.</b> Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p><b>ПК-1.3.</b> Участвует в реализации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p><i>Уметь:</i> участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.</p>	
ПК.УВ-2	<p><b>ПК-2.1.</b> Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p><b>ПК-2.2.</b> Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p><b>ПК-2.3.</b> Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p>	<p><i>Владеет:</i> навыками авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
ПК.УВ-4	<p><b>ПК-4.1.</b> При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде</p> <p><b>ПК-4.2.</b> При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.</p> <p><b>ПК-4.3.</b> Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p><b>ПК-4.4.</b> Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p> <p><b>ПК-1.5.</b> Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	<p><b>Владеет:</b> навыками применения в профессиональной деятельности основных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.</p>	
ПК.УВ-6	<p><b>ПК-6.1.</b> Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта</p> <p><b>ПК-6.2.</b> Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала</p>	<p><b>Владеет:</b> навыками осуществления редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.</p>	
<b>Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</b>			



Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
УК-1	<p><b>УК-1.1.</b> Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи.</p> <p><b>УК-1.2.</b> Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.</p> <p><b>УК-1.3.</b> Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки, практические последствия.</p> <p><b>УК-1.4.</b> Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки.</p> <p><b>УК-1.5.</b> Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях.</p>	<p><i>Умеет:</i> осуществлять поиск, критический анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	
УК-2	<p><b>УК-2.1.</b> Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними</p> <p><b>УК-2.2.</b> Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта</p> <p><b>УК-2.3.</b> Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм</p> <p><b>УК-2.4.</b> Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач</p> <p><b>УК-2.5.</b> Представляет результаты про-</p>	<p><i>Умеет:</i> определять круг задач в рамках поставленной цели и выбрать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	екта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования		
УК-3	<p><b>УК-3.1.</b> Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p><b>УК-3.2.</b> При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников;</p> <p><b>УК-3.3.</b> Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого;</p> <p><b>УК-3.4.</b> Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели;</p> <p><b>УК-3.5.</b> Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.</p>	<b>Умеет:</b> осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	
УК-4	<p><b>УК-4.1.</b> Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;</p> <p><b>УК-4.2.</b> Ведет деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем;</p>	<b>Владеть:</b> навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке.	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p><b>УК-4.3.</b> Ведет деловую переписку на иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий;</p> <p><b>УК-4.4.</b> Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный;</p> <p><b>УК-4.5.</b> Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения;</p> <p><b>УК-4.6.</b> Устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может поддержать разговор в ходе их обсуждения</p>		
УК-5	<p><b>УК-5.1.</b> Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем;</p> <p><b>УК-5.2.</b> Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии;</p> <p><b>УК-5.3.</b> Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия, основанного на толерантном восприятии культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной задачи.</p>	<p><b>Умеет:</b> воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
УК-6	<p><b>УК-6.1.</b> Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей;</p> <p><b>УК-6.2.</b> Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста;</p> <p><b>УК-6.3.</b> Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста;</p> <p><b>УК-6.4.</b> Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития.</p>	<p><b>Умеет:</b> управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования..</p>	
УК-7	<p><b>УК-7.1.</b> Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма;</p> <p><b>УК-7.2.</b> Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности;</p> <p><b>УК-7.3.</b> Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.</p>	<p><b>Владеет:</b> навыками поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	
УК-8	<p><b>УК-8.1.</b> Анализирует факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений);</p> <p><b>УК-8.2.</b> Идентифицирует опасные и вредные факторы в рамках осуществля-</p>	<p><b>Умеет:</b> создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций.</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p>емой деятельности;</p> <p><b>УК-8.3.</b> Выявляет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций;</p> <p><b>УК-8.4.</b> Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; оказывает первую помощь, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях.</p>		
ОПК-1	<p><b>ОПК 1.1.</b> Выявляет отличительные особенности медиатекстов. И (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p><b>ОПК 1.2.</b> Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p><i>Умеет:</i> 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>	
ОПК-2	<p><b>ОПК 2.1.</b> Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p><b>ОПК 2.2.</b> Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов.</p>	<p><i>Умеет:</i> учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
ОПК-3	<p><b>ОПК 3.1.</b> Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p> <p><b>ОПК 3.2.</b> Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Владеет:</b> навыком использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p>	
ОПК-4	<p><b>ОПК 4.1.</b> Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p><b>ОПК 4.2.</b> Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Умеет:</b> отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.</p>	
ОПК-5	<p><b>ОПК 5.1.</b> Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p><b>ОПК 5.2.</b> Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной</p>	<p><b>Умеет:</b> 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>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	системы		
ОПК-6	<p><b>ОПК 6.1.</b> Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p><b>ОПК 6.2.</b> Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Владеет:</b> навыками использования в профессиональной деятельности современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий.</p>	
ОПК-7	<p><b>ОПК 7.1.</b> Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p><b>ОПК 7.2.</b> Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом</p>	<p><b>Умеет:</b> учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.</p>	
ПК.УВ-1	<p><b>ПК-1.1.</b> Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связей с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p><b>ПК-1.2.</b> Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p><b>ПК-1.3.</b> Участвует в реализации внут-</p>	<p><b>Уметь:</b> участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	ренных коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры		
ПК.УВ-2	<p><b>ПК-2.1.</b> Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p><b>ПК-2.2.</b> Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p><b>ПК-2.3.</b> Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p>	<p><b>Владеет:</b> навыками авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p>	
ПК.УВ-3	<p><b>ПКО-3.1.</b> Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникативного продукта</p> <p><b>ПКО-3.2.</b> Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникативного продукта</p> <p><b>ПКО-3.3.</b> Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.</p>	<p><b>Умеет:</b> применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникативного продукта.</p>	
ПК.УВ-4	<p><b>ПК-4.1.</b> При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде</p> <p><b>ПК-4.2.</b> При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью</p>	<p><b>Владеет:</b> навыками применения в профессиональной деятельности основных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.</p>	



Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p>использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.</p> <p><b>ПК-4.3.</b> Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p><b>ПК-4.4.</b> Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p> <p><b>ПК-1.5.</b> Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>		
ПК.УВ-5	<p><b>ПК-5.1.</b> Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы</p> <p><b>ПК-5.2.</b> При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности</p>	<p><i>Умеет:</i> строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.</p>	
ПК.УВ-6	<p><b>ПК-6.1.</b> Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта</p> <p><b>ПК-6.2.</b> Контролирует соответствие</p>	<p><i>Владеет:</i> навыками осуществления редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала		
ПК.УВ-7	<p><b>ПК-7.1.</b> Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p><b>ПК-7.2.</b> Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p><b>ПК-7.3.</b> Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>	<b>Владеет:</b> навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.	
<b>Факультативы</b>			
<b>Коррупция: причины, проявления, противодействие</b>			
ОПК-5	<b>ОПК 5.1.</b> Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<p><b>Знать:</b> признаки, формы проявления и общественную опасность коррупции; ответственность за коррупционное поведение и методы противодействия коррупции.</p> <p><b>Уметь:</b> планировать реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом действующих правовых и этических норм; противостоять вовлечению в коррупционные отношения в профессиональной деятельности.</p>	<p>Цель изучения дисциплины – формирование личностного негативного отношения к коррупции, основанного на осознании общественной опасности коррупции и этической оценке этого явления.</p> <p>Задачи: выработать активную антикоррупционную позицию у студентов, сформировать навыки противодействия коррупции в профессиональной деятельности, сопряженной с умением выявления признаков коррупционного поведения и коррупционных взаимоотношений, их оценке с позиций нарушения принципов морали и общественной справедливости, угрозы всяческому общественному прогрессу и безопасности.</p>
<b>Проектный семинар</b>			
УК-2	<p><b>УК-2.1.</b> Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними.</p> <p><b>УК-2.2.</b> Предлагает способы решения</p>	<p><b>Уметь:</b> соблюдать основные требования при разработке и защите проекта;</p> <p>планировать реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, дей-</p>	<p>Основная цель - научить студентов разработке проектов в сфере связей с общественностью и рекламе..</p> <p>Задачи: рассмотреть основные требования, структуру проекта, дать классификацию типов проекта; проектный</p>

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	<p>поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта .</p> <p><b>УК-2.3.</b> Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм.</p> <p><b>УК-2.4.</b> Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач</p> <p><b>УК-2.5.</b> Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования.</p>	<p>ствующих правовых норм.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками разработки проектов в сфере коммуникации;</p> <p>навыками презентации и защиты проекта, предлагать возможности его использования.</p>	<p>цикл; распределение ролей в команде разработчиков проекта; дать анализ целевых аудиторий проекта; разработка сметы проекта; рассмотреть проектные конкурсы, гранты и экспертизу проекта; дать критерии оценки идеи проекта, критерии оценки оформления паспорта проекта и пояснительной записки к проекту, научить проводить презентацию и защиту проекта.</p>
ОПК-1	<p><b>ОПК 1.2.</b> Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p><b>Уметь:</b> осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в реализации проекта.</p>	
<b>Социальная инклюзия</b>			
УК-3	<p><b>УК-3.1.</b> Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p><b>УК-3.2.</b> При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников;</p> <p><b>УК-3.3.</b> Анализирует возможные по-</p>	<p><b>Знать:</b> теоретико-методологические и нормативные основы социальной инклюзии.</p> <p><b>Уметь:</b> работать в команде на принципах сотрудничества и социального партнерства.</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	следствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого.		
<b>Комплексные модули</b>			
<b>Модуль по физической культуре и спорту</b>			
<b>Физическая культура и спорт</b>			
УК-7	<p><b>УК-7.1.</b> Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма;</p> <p><b>УК-7.2.</b> Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности;</p> <p><b>УК-7.3.</b> Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.</p>	<p><b>Знать:</b> нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b> выбирать здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма</p> <p><b>Владеть:</b> навыками планирования рабочего и свободного времени для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности;</p>	<p>Цель модуля по физической культуре и спорту – научить поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи: дать знания о нормах здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности; научить выбирать здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма; научить планировать свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности, соблюдать и пропагандировать нормы здорового образа жизни.</p>
<b>Элективные курсы по физической культуре и спорту</b>			
УК-7	<p><b>УК-7.1.</b> Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма;</p> <p><b>УК-7.2.</b> Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности;</p> <p><b>УК-7.3.</b> Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в про-</p>	<p><b>Знать:</b> нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b> выбирать здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма</p> <p><b>Владеть:</b> навыками планирования рабочего и свободного времени для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	Аннотации
	фессиональной деятельности.		
<b>Циклические виды спорта</b>			
УК-7	<p><b>УК-7.1.</b> Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма;</p> <p><b>УК-7.2.</b> Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности;</p> <p><b>УК-7.3.</b> Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.</p>	<p><b>Знать:</b> нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b> выбирать здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма</p> <p><b>Владеть:</b> навыками планирования рабочего и свободного времени для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.</p>	
<b>Спортивные игры</b>			
УК-7	<p><b>УК-7.1.</b> Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма;</p> <p><b>УК-7.2.</b> Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности;</p> <p><b>УК-7.3.</b> Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.</p>	<p><b>Знать:</b> нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b> выбирать здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма</p> <p><b>Владеть:</b> навыками планирования рабочего и свободного времени для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности</p>	
<b>Фитнес</b>			
УК-7	<p><b>УК-7.1.</b> Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиоло-</p>	<p><b>Знать:</b> нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b> выбирать здоровьесберегающие технологии для</p>	

Коды компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	<i>Аннотации</i>
	<p>гических особенностей организма;  <b>УК-7.2.</b> Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности;  <b>УК-7.3.</b> Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.</p>	<p>поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма  <b>Владеть:</b> навыками планирования рабочего и свободного времени для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.</p>	

## **Раздел 5. УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

Учебный план образовательной программы с направленностью «Реклама и связи с общественностью» очно-заочной, формой обучения определяет перечень, трудоемкость, последовательность и распределение по периодам обучения учебных предметов, курсов, дисциплин, практики, иных видов учебной деятельности.

Представлен отдельным документом.

Приложение А.

## **Раздел 6. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК**

Календарный учебный график по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», уровень бакалавриата определяет периоды осуществления видов учебной деятельности и периоды каникул и представлен отдельным документом.

Приложение Б.

## **Раздел 7. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН И ПРОГРАММЫ ПРАКТИК**

Рабочие программы учебных предметов, курсов, дисциплин размещены в электронной информационно-образовательной среде КемГУ (далее – ЭИОС). Каждому обучающемуся в течение всего периода обучения обеспечен авторизованный (по логину и паролю) доступ к ЭИОС из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-коммуникационной сети «Интернет», как на территории КемГУ, так и вне ее. осуществляется.

Рабочие программы дисциплин представлены отдельными документами.

Приложение С-1.

Аннотации к рабочим программам дисциплин размещаются на официальном сайте КемГУ в разделе «Образовательные программы».

Приложение С-2.

В целях организации и проведения практики разработаны и утверждены программы учебной и производственной практик в соответствии с требованиями Положения о Порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры и Положения о порядке проведения практики обучающихся высшего образования Кемеровского государственного университета.

Программы практик представлены отдельными документами.

Программы практик размещаются на официальном сайте КемГУ в разделе «Образовательные программы»

Приложение С-3.

## **Раздел 8. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ**

Программа государственной итоговой аттестации представлена программой государственного экзамена, перечнем компетенций выпускника, подлежащих оценке в ходе государственного экзамена (с указанием индикаторов достижения компетенций) и требованиями к защите выпускной квалификационной работы, разрабатываемыми в соответствии с требованиями, определенными в Порядке организации и утверждения образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, программ специалитета и программ магистратуры, Порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Кемеровском государственном университете.

Программа государственной итоговой аттестации представлена отдельными документами и размещается на официальном сайте КемГУ, в электронной информационно-образовательной среде КемГУ (обучающимся предоставляется доступ после авторизации).

Приложение ГИА

Программа государственного экзамена размещается в ЭИОС.

Приложение ГЭ

## **Раздел 9. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**

Оценочные средства включают фонды оценочных средств по дисциплинам, практикам и фонд оценочных средств итоговой аттестации (ФОС ГИА).

Демонстрационные варианты фондов оценочных средств размещаются в электронной информационно-образовательной среде КемГУ (доступ авторизованный).

Приложение Д-1. ФОС по дисциплинам.

Приложение Д-2. ФОС по практикам.

Приложение Д-3. ФОС ГИА.

Методические материалы включают:

– Методические рекомендации по оформлению и защите курсовых работ, проектов,

– Методические рекомендации по выполнению выпускной квалификационной работы,

Приложение Е.



## **Раздел 10. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

### **10.1. Кадровое обеспечение образовательной программы**

Кадровый потенциал, обеспечивающий реализацию программы бакалавриата, соответствует требованиям к наличию и квалификации научно-педагогических работников, установленных ФГОС ВО по данному направлению подготовки / специальности.

Квалификация педагогических работников отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах.

Не менее 70 процентов численности педагогических работников, 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).

Не менее 5 процентов численности педагогических работников, 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), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Не менее 60 процентов численности педагогических работников и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Организации на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

### **10.2. Материально-техническое обеспечение образовательной программы**

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС) КемГУ.

Программное обеспечение социально-психологического факультета включает следующие продукты:

- Лицензионное: MapInfo Professional 10.0, Microsoft Office Professional Plus 2007, Microsoft Office Professional Plus 2010, Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic, MSDN AA Microsoft Windows XP Professional, Statistica 6.0, Антивирус Касперского 6.0 для Windows;

- Свободное программное обеспечение: Gimp 2, Far manager, OpenOffice, EasyStatistics, IrfanView, Foxit Fantom, DjVuReader.

Компьютеры, используемые для решения управленческих задач, на настоящий момент полностью обеспечены операционными системами Windows.

### **10.3. Учебно-методическое обеспечение образовательной программы**

Сведения об электронных образовательных и информационных ресурсах:

- официальный сайт Кемеровского государственного университета;
- версия официального сайта КемГУ для слабовидящих
- информационно-образовательный портал Кемеровского государственного университета;
- сайт научной библиотеки Кемеровского государственного университета;
- электронный каталог и базы данных Научной библиотеки Кемеровского государственного университета;
- сайт научного управления «Наука в КемГУ»;
- электронная информационно-образовательная среда (ЭИОС) Кемеровского государственного университета;
- сервер информационной поддержки конференций;
- информационно-вычислительный портал Кемеровского государственного университета.
- Антиплагиат. ВУЗ Кемеровского государственного университета;
- Сервис вебинаров RUNNet;
- Образовательные программы, учебные планы, аннотации рабочих программ направлений подготовки в Кемеровском государственном университете.

Электронная информационно-образовательная среда КемГУ (ЭИОС) – обеспечение централизованного доступа к различным информационным системам КемГУ, осуществляющим автоматизацию процессов делопроизводства, управления и учебной деятельности ВУЗа. ЭИОС представлена комплексом информационных систем:

· ИС “Абитуриент” – автоматизирует процессы приемной комиссии ВУЗа.

· ИС “Рейтинг обучающегося” – автоматизирует процессы учета успеваемости студентов по учебной и внеучебной деятельности с использованием балльно-рейтингового метода оценивания.

· ИС “Система управления курсами (Moodle)” – автоматизирует процесс создания и опубликования электронных курсов и материалов дисциплин

для обучающихся, в том числе приспособленные для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.

- ИС “Информационное обеспечение учебного процесса” (ИнфОУПро) – автоматизирует процессы дистанционного взаимодействия преподавателей и обучаемых с целью удалённого управления процессом обучения и контроля полученных знаний, в том числе для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.

- ИС “Депозитарий электронных образовательных ресурсов” – автоматизирует процессы обеспечения учебно-научного процесса электронными изданиями.

- ИС “Единый каталог ресурсов КемГУ” – обеспечивает единую точку доступа сотрудников и учащихся КемГУ к библиографической информации об электронных учебных ресурсах, зарегистрированных в информационных базах КемГУ, а также к их полнотекстовому содержанию.

- ИС “Система компьютерного адаптивного тестирования” (СКАТ) – автоматизирует процесс удаленного тестирования обучающихся.

- ИС “Система компьютерного адаптивного тестирования 2.0” (СКАТ) – автоматизирует процесс удаленного тестирования обучающихся.

- ИС “Сервер конференций КемГУ” – автоматизирует процесс проведения научных конференций;

- ИС “Кадастровый учет аудиторного фонда” – автоматизирует кадастровый учет аудиторного фонда.

- ИС “Учет компьютерной техники” – автоматизирует учет компьютерной техники ВУЗа.

- ИС “Учет программного обеспечения” – автоматизирует учет закупленного лицензионного программного обеспечения.

## **10.4. Условия для обеспечения образовательного процесса лиц с ОВЗ**

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

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется на основе образовательных программ, адаптированных для обучения указанных обучающихся с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В КемГУ созданы специальные условия для обучения по данной образовательной программе, включающие специальные технические средства обучения, методы обучения, обеспечение доступа в учебные корпуса университета, по запросу обучающегося предоставляются услуги ассистента.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается институтом адаптированная образовательная программа, индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья.

На официальном сайте КемГУ (<https://kemsu.ru>) разработана страница по инклюзивному образованию.

## **Раздел 11. ТРЕБОВАНИЯ К ПРИМЕНЯЕМЫМ МЕХАНИЗМАМ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОГРАММЕ**

Качество подготовки обучающихся по образовательной программе определяется в рамках системы внутренней оценки и внешней оценки.

При проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности (текущего контроля и промежуточной аттестации) Кемеровский государственный университет привлекает работодателей.

Внешняя оценка качества осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по данной программе требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

## **Раздел 12. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ**

### **12.1. Перечень методов, средств обучения и образовательных технологий (с краткой характеристикой):**

№ п/п	Наименование образовательной технологии	Краткая характеристика
1	2	3
1.	Проблемное обучение	Поисковые методы, постановка познавательных задач с учетом индивидуального социального опыта и особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов
2.	Концентрированное обучение	методы, учитывающие динамику и уровень работоспособности обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов
3.	Модульное обучение	Индивидуальные методы обучения: индивидуальный темп и график обучения с учетом уровня базовой подготовки обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов
4.	Дифференцированное обучение	Методы индивидуального личностно ориентированного обучения с учетом ограниченных возможностей здоровья и личностных психолого-физиологических особенностей
5.	Социально-активное, интерактивное обучение	Методы социально-активного обучения, тренинговые, дискуссионные, проектные, игровые методы с учетом социального опыта обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов
6.	Информационно-коммуникационные тех-	Использование в педагогическом процессе интерактивных методов и материалов сети ИНТЕРНЕТ с уче-

	нологии	том опыта обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов
--	---------	--

### **Раздел 13. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ И ЭКСПЕРТОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

#### **Ответственный за разработку ОП:**

Фамилия, имя, отчество	Учёная степень, ученое звание	Должность	Контактная информация (служебный адрес электронной почты и/ или служебный телефон)
Яницкий М.С.	д.псих.наук, профессор	Директор социально-психологического института	83842581290

#### **Внешний эксперт:**

Фамилия, имя, отчество	Должность	Организация, предприятие	Контактная информация (служебный адрес электронной почты и/ или служебный телефон)
Гершун Марина Вячеславовна	Директор	АНО "Рекламная студенческая практика"	gershun42@gmail.com

#### **Информация о макете ОП**

Макет основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата (в соответствии с требованиями ФГОС ВО 3++) одобрен научно-методическим советом КемГУ (протокол № 8 от 14.03.2018 г.), с внесенными изменениями и дополнениями от 13 февраля 2019 г. (протокол № 5).

Введение в действие макета осуществляется приказом ректора (или иного руководителя в рамках переданных полномочий).

**Приложение к п.3.2.2**

**Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы высшего образования**

по направлению подготовки / специальности:

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

(код, наименование)

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (под-уровень) квалификации
<i>«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»</i>	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	6
				Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	В/04.6	6
<i>«Специалист по информационным ресурсам»</i>	С	Управление (менеджмент) информационными ресурсами	6	Организация работ по созданию и редактированию контента	С/01.6	6
				Управление информацией из различных источников	С/02.6	6
				Контроль за наполнением сайта	С/03.6	6
				Локальные изменения структуры сайта	С/04.6	6
				Анализ информационных потребностей посетителей сайта	С/05.6	6
				Подготовка отчетности по сайту	С/06.6	6
				Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	С/07.6	6

