Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-ВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ М.К. АММОСОВА»
(СВФУ)

Утверждено УС СВФУ
протокол № 09 от «4» июня 2018 г.
Проректор
_____ / М.П. Федоров
приказом № 590/1-УЧ от «3» сентября 2018 г.

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
программа бакалавриата

Направление подготовки/ специальность

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
код и наименование направления подготовки/специальности

направленность (профиль)

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере.
Сетевая программа (совместно с САФУ и БФУ)
наименование направленности (профиля)

Сведения об актуализации ОПОП

ОПОП переутверждена:

УС СВФУ протокол №09 «28» мая 2019г., приказ №894/1-У «28» августа 2019г.

УС СВФУ протокол №09 «28» мая 2020г., приказ №1103-УЧ «31» августа 2020г.

УС СВФУ протокол №__ «__»_____20__г., приказ №_____«___»_____20__г.

УС СВФУ протокол №__ «__»_____20__г., приказ №_____«___»_____20__г.

УС СВФУ протокол №__ «__»_____20__г., приказ №_____«___»_____20__г.

Якутск, 2018

Состав проектной группы по разработке образовательной программы:

- Сальникова О.М., канд.филол.наук, зав.кафедрой рекламы и связей с общественностью филологического факультета;

Корнилова В.В. доцент, канд.пед.наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью филологического факультета;

- Виниченко В.А., канд.пед.наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью филологического факультета;
- Григорьева Айталина Николаевна, специалист по УМР кафедры рекламы и связей с общественностью филологического факультета.

Одобрено на заседании выпускающей кафедры рекламы и связей с общественностью

	Зав. кафедрой	Руководитель программы*
протокол №_7_от «_19_»_03_ 2018 г	_____/Сальникова О.М.	_____/Сальникова О.М.
протокол №_7_ от «_18_»_03_ 2019 г	_____/ Корнилова В.В.	_____/Сальникова О.М.
протокол №_7_ от «_17_»_03_ 2020 г	_____/Корнилова В.В.	_____/Сальникова О.М.
протокол №__ от «___»_____ 2021_ г	_____/ Корнилова В.В.	_____/Сальникова О.М.
протокол №__ от «___»_____ 20_ г	_____/ _____	_____/ _____

Нормоконтроль на уровне учебного подразделения:

ПРОВЕРЕНО

Специалист УМО/деканата	Сроки/ дата проведения нормоконтроля
_____/ Прибылых С.Р.	«_10_»_04_ 2018 г.
_____/ Прибылых С.Р.	«_09_»_04_ 2019 г.
_____/ Прибылых С.Р._	«_07_»_04_ 2020 г.
_____/ Прибылых С.Р._	«_____»_____ 2021 г.

РЕКОМЕНДОВАНО

Учебно-методической комиссией Филологического факультета	Председатель УМК	Декан ФЛФ
протокол №_8_ от «_19_»_04_ 2018 г.	_____/ Печетова Н.Ю._	_____/Жондорова Г.Е.
протокол №_8_ от «___»_04_ 2019 г.	_____/ Печетова Н.Ю._	_____/Жондорова Г.Е.
протокол №_8_ от «___»_04_ 2020 г	_____/ Печетова Н.Ю._	_____/Жондорова Г.Е.
протокол №___ от «___»_____ 2021 г.	_____/ Печетова Н.Ю._	_____/Жондорова Г.Е.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ……... 4
1.1. Описание образовательной программы[1] ……... 4
1.2. Планируемые результаты освоения образовательной программы (компетенции), соотнесенные с требованиями профессионального стандарта (или квалификационными характеристиками ЕКС)…….……... 16
1.2.1.Квалификационные характеристики должностей ЕКС[2] (необходимые знания и должностные обязанности, к выполнению которых должен быть готов выпусик, успешно освоивший программу бакалавриата)……..…… 16
1.2.2. Взаимосвязь результатов освоения образовательной программы (компетенций) и квалификационных характеристик (признаков профессиональной деятельности)…. 18
2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН И КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК ……..
2.1. Учебный план ……
2.2. Календарный учебный график ……
3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ……
3.1. Рабочие программы дисциплин (модулей) …….
3.2. Программы практик …….
3.3. Программа государственной итоговой аттестации ……...
3.4. Матрица компетенций ……..
3.5. Фонд оценочных средств …….
3.6. Методические материалы **……**

[1]Для размещения на сайте.
[2] Единый квалификационный справочник должностей, руководителей, специалистов и служащих (profstandart.rosmintrud.ru)

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Описание образовательной программы[3]

Код и наименование направления подготовки	**42.03.01. Реклама и связи с общественностью. Сетевая программа (совместно с САФУ и БФУ)**
Направленность (профиль) программы	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Уровень высшего образования	бакалавриат
Язык (языки), на котором (ых) осуществляется обучение	Русский язык
Управление образовательной программой	Программа реализуется с использованием сетевых форм обучения совместно с федеральными университетами-партнерами: ФГАОУ ВО «САФУ им. М.В. Ломоносова» и ФГАОУ ВО «БФУ им. Эмануила Канта». Договор о сетевой форме реализации образовательной программы № 03.2-4. от 20.06.2018г. Научный руководитель ОПОП со стороны СВФУ: Сальникова Оксана Михайловна, к.филол.н., зав.кафедрой рекламы и связей с общественностью ФЛФ СВФУ. Руководитель программы: Сальникова Оксана Михайловна, к.филол.н., зав.кафедрой рекламы и связей с общественностью ФЛФ СВФУ. Совет программы: Корнилова В.В, доцент, к.пед.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ФЛФ СВФУ, Карнаухова А.А., доцент,к.пед.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ФЛФ СВФУ; Виниченко В.А., к.пед.н, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ФЛФ СВФУ. В принятии решения по управлению и развитию ОПОП участвуют коллегиальные органы (Ученый Совет ФЛФ СВФУ, Совет по сетевому взаимодействию федеральных университетов, потенциальные работодатели).
Основные характеристики образовательной программы	Форма обучения: очная Срок освоения: 4 года Трудоемкость освоения: 240 ЗЕТ Сетевая форма реализации: да Сведения о применении дистанционных технологий и электронного обучения: - возможность освоения образовательной программы с применением ДОТ и исключительно электронного обучения: нет; - возможность освоения части образовательной программы с применением ДОТ и электронного обучения: да.
Квалификация, присваиваемая выпускникам	бакалавр
Основные работодатели	1. ООО «Медиа-группа «Ситим». Юридический адрес: 677000, Республика Саха (Якутия), город Якутск, проспект Ленина, 3, 1. Основной вид деятельности: издание газет. Директор – Ноев

[3]Для размещения на сайте.

	Афанасий Иванович. Организационно-правовая форма (ОПФ) – общество с ограниченной ответственностью. Тип собственности – частная собственность. 2. ООО «Корпорация «Эксел Биотек». Юридический адрес: 677009, г. Якутск, ул. Дзержинского, д.76. Директор – Алексеев Владислав Амирович. Организационно-правовая форма (ОПФ) – общество с ограниченной ответственностью. Тип собственности – частная собственность. 3. ООО «Репаблик». Юридический адрес: 677000, г. Якутск, ул. Пояркова, 18. Рекламно-производственная компания: полиграфические услуги, изготовление рекламных конструкций, бизнес-сувениров, световой рекламы, производство пластиковых карт, оформление дизайна рекламы, шелкография, широкоформатная печать. Директор – Тимофеев Владислав. Организационно-правовая форма (ОПФ) – общество с ограниченной ответственностью. Тип собственности – частная собственность
Целевая направленность	Абитуриенты г. Якутска, пригорода, улусов республики и регионов ДВФО. Требования: наличие документа установленного государством образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании, диплом о высшем образовании.
Структура программы	Программа состоит из обязательной части (базовой) и части, формируемой участниками образовательных отношений (вариативной). Программа бакалавриата состоит из следующих блоков: БЛОК 1 – Дисциплины (модули) – 195 з.е., в том числе Базовая часть – 150 з.е. Вариативная часть – 45 з.е. БЛОК 2 – Практики – 39 з.е., в том числе Вариативная часть – 39 з.е. БЛОК 3 – Государственная итоговая аттестация Базовая часть – 6 з.е.
Цели программы	Миссия: подготовка конкурентоспособных специалистов в области рекламы и связей с общественностью, способных применять знания, умения и навыки в своей информационно-коммуникационной, организационно-рекламной, социально-психологической, аналитической, творческой, научно-исследовательской деятельности. Цели: 1) подготовка специалистов по рекламе и связям с общественностью, способных устанавливать и поддерживать отношения с различными группами общественности, формировать общественное мнение, разрабатывать программу продвижения продукта, услуги, компании, территории и персоны с учетом новейших технологий; 2) подготовка специалистов в области рекламы и связей с общественностью, способных осуществлять информационно-коммуникационную, организационно-рекламную, социально-психологическую, аналитическую, творческую, научно-исследовательскую деятельность в области массовых коммуникаций;

	3) подготовка специалистов по рекламе и связям с общественностью, способных к организации и управлению пресс-центром, пресс-службой, отделом печати, отделом по связям с общественностью, центром общественных связей.
Характеристики профессиональной деятельности выпускников	Область профессиональной деятельности выпускников: коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде; общественное мнение. Объекты профессиональной деятельности выпускников: государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы местного самоуправления; негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации; научные и образовательные учреждения и организации. Виды профессиональной деятельности выпускников: организационно-управленческая; проектная; коммуникационная; рекламно-информационная; рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая; информационно-технологическая. Задачи профессиональной деятельности: создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; обеспечение внутренней внешней коммуникации с государственными службами, общественными организациями, средствами массовой информации; участие в формировании и поддержании имиджа и корпоративной культуры; организацию и проведение коммуникационных кампаний, выбор средств распространения рекламы, медиапланирование; создание системы маркетинговых коммуникаций по формированию спроса и стимулирования сбыта (продаж), производство и распространение рекламной продукции, участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы, организации, товаров и услуг; сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью; составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов; написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, продвижение товаров и предприятий; информирование потребителей средствами рекламы о преимуществах качества и отличительных свойствах товаров и услуг.
Требования профессиональных стандартов (при наличии) или ЕКС	ЕКС, уровень квалификации: специалист по рекламе; требования к образованию: специалист по рекламе I категории: высшее профессиональное (реклама, связи с общественностью, техническое) образование и стаж работы в должности «специалист по рекламе» не менее 3 лет; специалист по рекламе: высшее профессиональное (реклама, связи с общественностью, техническое) образование без предъявления требований к стажу работы. . Обобщенные трудовые функции: рекламирование производимой

	продукции или услуг; разработка предложений по проведению рекламных кампаний; планирование рекламных мероприятий по одному виду или группе товаров (услуг) и определение затрат на их проведение; формирование рекламной стратегии; осуществление выбора форм и методов рекламы, их текстового, цветового и музыкального оформления; определение конкретных носителей рекламы (сайт, буклеты, рекламные ролики, презентации и др.); содействие в формировании фирменного стиля, имиджа и пропаганды научно-технических достижений предприятия; разработка рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов, контролирование их качества, обеспечение наглядности и доступности рекламы, соблюдение норм общественной морали, не допуская нарушений правил конкурентной борьбы; контролирование выполнения договорных обязательств с партнерами по рекламированию продукции или услуг; организация связей с деловыми партнерами, системы сбора необходимой информации и расширение внешних связей в целях совершенствования рекламной деятельности; поддержание необходимых связей с другими структурными подразделениями предприятия в процессе разработки и проведения рекламных мероприятий. ЕКС, уровень квалификации: специалист по связям с общественностью, требования к образованию: высшее профессиональное образование по специальности «Связи с общественностью» без предъявления требований к стажу работы или высшее образование и дополнительная подготовка по специальности связи с общественностью без предъявления требований к стажу работы. Обобщенные трудовые функции: реализация политики организации в области связей с общественностью и отдельных ее этапов; планирование внутренней и внешней политики организации в области связей с общественностью; взаимодействие и поддержание контактов с представителями СМИ и общественности; подготовка ответов на официальные запросы, распространение информационных материалов о деятельности организации; подготовка и проведение брифингов, пресс-конференций, других мероприятий и акций информационно-рекламного характера; обеспечение их комплексного информационного и организационного сопровождения; подготовка пресс-релизов и других информационных материалов для представителей СМИ; мониторинг электронных и печатных средств СМИ; подготовка информационно-аналитических материалов для внутреннего пользования; разработка информационно-рекламных материалов, подготовка текстов для корпоративного издания, официального WEB-ресурса организации; подготовка заданий для социологических исследований и составлении итоговых отчетов по результатам проведения мероприятий информационно-рекламного характера; сбор, хранение, использование и распространение информационных материалов, подготовка документов для сдачи в архив; обеспечивание исполнений решений руководства, информироввание его о текущем ходе работ и их результатах.

Требования к результатам освоения программы (в соответствии с ФГОС ВО и указанием дополнительных компетенций)	В результате освоения программы бакалавриата/ по направлению подготовки **42.03.01. Реклама и связи с общественностью** у выпускника должны быть сформированы общекультурные, общепрофессио- нальные и профессиональные компетенции. Выпускник должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК): способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1); способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2); способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3); способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4); способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5); способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6); способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7); способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8); готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9). Выпускник должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК): способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1); владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественность (ОПК-2); обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3); умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4); умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5); способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6). Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК) по видам профессиональной деятельности:

	организационно-управленческая деятельность: способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1); владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2); владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3); проектная деятельность: владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4); способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5); коммуникационная деятельность: способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6); способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7); рекламно-информационная деятельность: способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8); рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность: способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9); способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10); способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11); способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12); способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13); способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14); владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15); способностью под контролем осуществлять подготовку к

<table>
<tr><td></td><td colspan="2">выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).
Выпускник должен обладать следующими университетскими компетенциями (УК):
способностью использовать знания о значении истории и культуры народов Северо-Востока и циркумполярного мира в мировой истории и культурном пространстве (УК-1),
способностью решать задачи социально-экономического и инновационного развития регионов Северо-Востока России и циркумполярного мира (УК-2),
способностью использовать правовые нормы и гарантии устойчивого развития народов Северо-Востока России (УК-3),
способностью к коммуникации в устной и письменной формах на якутском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (УК-5);
способностью критически и творчески осмысливать значение классического литературного наследия и русской художественной культуры РФ (в том числе регионов Северо-Востока) для духовного и нравственного развитиятя личности, обогащения словарного запаса (УК-6).</td></tr>
<tr><td>Дисциплины (модули)</td><td colspan="2"><table>
<tr><td>Б1.Б.1</td><td>Философия</td></tr>
<tr><td>Б1.Б.2</td><td>Иностранный язык</td></tr>
<tr><td>Б1.Б.3</td><td>Русский язык и культура речи</td></tr>
<tr><td>Б1.Б.4</td><td>Физическая культура</td></tr>
<tr><td>Б1.Б.5</td><td>Безопасность жизнедеятельности</td></tr>
<tr><td>Б1.Б.6</td><td>История</td></tr>
<tr><td>Б1.Б.7</td><td>Основы права</td></tr>
<tr><td>Б1.Б.8</td><td>Экономика</td></tr>
<tr><td>Б1.Б.9</td><td>Основы учебной научно-исследовательской деятельности (УНИД)</td></tr>
<tr><td>Б1.Б.10</td><td>Социология</td></tr>
<tr><td>Б1.Б.11</td><td>Основы народной и художественной культуры</td></tr>
<tr><td>Б1.Б.11.1</td><td>Устное народное творчество</td></tr>
<tr><td>Б1.Б.11.2</td><td>Основы православной культуры</td></tr>
<tr><td>Б1.Б.11.3</td><td>Основы мировой художественной культуры</td></tr>
<tr><td>Б1.Б.12</td><td>Филологические основы деятельности в</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

		рекламе и связях с общественностью
	Б1.Б.12.1	Основы анализа текста
	Б1.Б.12.2	Стилистика и литературное редактирование
	Б1.Б.12.3	Язык и стиль рекламы
	Б1.Б.12.4	Копирайтинг
	Б1.Б.13	**Теория и практика рекламы**
	Б1.Б.13.1	Основы рекламы
	Б1.Б.13.2	История рекламы
	Б1.Б.13.3	Основы создания рекламного продукта
	Б1.Б.13.4	Технология создания рекламного продукта
	Б1.Б.13.5	Суггестивные технологии в коммерческой
	Б1.Б.13.6	Креативные технологии в рекламе
	Б1.Б.14	**Теория и практика связей с**
	Б1.Б.14.1	Основы связей с общественностью
	Б1.Б.14.2	Правовое регулирование в коммерческой сфере
	Б1.Б.14.3	Основы проектной деятельности
	Б1.Б.14.4	Креативные технологии в связях с
	Б1.Б.14.5	Брендинг
	Б1.Б.15	**Коммуникология**
	Б1.Б.15.1	Основы теории коммуникации
	Б1.Б.15.2	Социология массовых коммуникаций
	Б1.Б.15.3	Психология массовых коммуникаций
	Б1.Б.15.4	Конфликтология в коммерческой сфере
	Б1.Б.16	**Менеджмент и маркетинг в рекламе и связях с общественностью**
	Б1.Б.16.1	Основы маркетинга
	Б1.Б.16.2	Основы менеджмента
	Б1.Б.16.3	Профессиональные организации и объединения по рекламе и связям с общественностью
	Б1.Б.16.4	Управление персоналом
	Б1.Б.16.5	Маркетинговые исследования
	Б1.Б.16.6	Ситуационный анализ
	Б1.Б.17	**Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с**
	Б1.Б.17.1	Телекоммуникационные и компьютерные
	Б1.Б.17.2	Современные компьютерные технологии
	Б1.Б.17.3	Технологии разработки WEB-сайтов

Б1.Б.17.4	Информационное сопровождение проектной
Б1.Б.18	**Реклама и связи с общественностью в различных сферах деятельности**
Б1.Б.18.1	Реклама и связи с общественностью в
Б1.Б.18.2	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях
Б1.Б.18.3	Реклама и связи с общественностью в
Б1.Б.18.4	Реклама и связи с общественностью в туризме
Б1.Б.19	Организация работы в отделах и агентствах по рекламе и связям с общественностью
Б1.В	**Вариативная часть**
Б1.В.ОД	**Обязательные дисциплины**
Б1.В.ОД.1	**Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**
Б1.В.ОД.1.1	Коммерция
Б1.В.ОД.1.2	Имиджелогия
Б1.В.ОД.1.3	Предпринимательство в коммерческой сфере
Б1.В.ОД.1.4	Менеджмент и маркетинг в связях с
Б1.В.ОД.2	Рекламные и PR-технологии в коммерческой
Б1.В.ОД.2.1	Организация рекламных и PR-мероприятий в коммерческой сфере
Б1.В.ОД.2.2	Медиапланирование
Б1.В.ОД.2.3	Организация кампаний по рекламе и связям с общественностью в коммерческой сфере
Б1.В.ДВ	**Дисциплины по выбору**
Б1.В.ДВ.1.	
Б1.В.ДВ.1.1	Адаптивные компьютерные технологии в инклюзивном образовании студентов с
Б1.В.ДВ.1.2	Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью
Б1.В.ДВ.2	Набор общеуниверситетских дисциплин 1
Б1.В.ДВ.2.1	История русской литературы и художественной культуры
Б1.В.ДВ.2.2	Якутский язык (по выбору студентов
Б1.В.ДВ.3	Набор общеуниверситетских дисциплин 2
Б1.В.ДВ.3.1	Региональная экономика северо-востока России
Б1.В.ДВ.3.2	Экономическая география Дальнего Востока
Б1.В.ДВ.4	Набор общеуниверситетских дисциплин 3
Б1.В.ДВ.4.1	Этноконфликтология
Б1.В.ДВ.4.2	Геокультурное пространство Арктики

	Б1.В.ДВ.5	Техники общения
	Б1.В.ДВ.5.1	Деловое общение в коммерческой сфере
	Б1.В.ДВ.5.2	Ораторское искусство
	Б1.В.ДВ.5.3	Коммуникационные модели в геобрендинге
	Б1.В.ДВ.5.4	Геобрендинг в системе PR и территориального менеджмента (сеть БФУ)
	Б1.В.ДВ.6	
	Б1.В.ДВ.6.1	Современные международные отношения
	Б1.В.ДВ.6.2	Организация работы пресс-службы в коммерческих структурах
	Б1.В.ДВ.6.3	Оценка эффективности программ геобрендирования (сеть БФУ)
	Б1.В.ДВ.7	
	Б1.В.ДВ.7.1	Сценарное мастерство
	Б1.В.ДВ.7.2	Семиотика рекламы
	Б1.В.ДВ.7.3	Арт-технологии в продвижении территории (сеть САФУ)
	Б1.В.ДВ.7.4	Использование регионального искусства в создании рекламного продукта (сеть САФУ)
	Б1.В.ДВ.8	
	Б1.В.ДВ.8.1	Межкультурная коммуникация в PR
	Б1.В.ДВ.8.2	Основы журналисткой деятельности
	Б1.В.ДВ.8.3	Принципы создания и роль креативного городского пространства в продвижении территории (сеть САФУ)
	Б1.В.ДВ.9	
	Б1.В.ДВ.9.1	PR-технологии в общественных коммуникациях
	Б1.В.ДВ.9.2	Связи с общественностью в социальной сфере (сеть СВФУ)
	Б1.В.ДВ.10	
	Б1.В.ДВ.10.1	Логика и теория аргументации
	Б1.В.ДВ.10.2	Социальная реклама (сеть СВФУ)
	Б1.В.ДВ.11	
	Б1.В.ДВ.11.1	Основы статистики и бухгалтерского учета
	Б1.В.ДВ.11.2	Социология рекламы
	Б1.В.ДВ.11.3	Журналистское творчество

	Б2 Б2.У Б2.У.1 **Б2.П** Б2.П.1 Б2.П.2 Б2.П.3	Практики Учебная практика Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Производственная практика Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Преддипломная практика Научно-исследовательская работа
Практики	Виды практик: Учебная практика. Б2.У.1 Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Б2.П. Производственная практика Б2.П.1.Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Б2.П.2.Преддипломная практика Б2.П.3. Научно-исследовательская работа	
Государственная итоговая аттестация	Выпускная квалификационная работа	
Факультативные дисциплины		
Практическая подготовка	Образовательная деятельность в форме практической подготовки организована при реализации следующих учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) практик, иных компонентов образовательной программы предусмотренных учебным планом: Б2.У.1 Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Б2.П.1.Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Б2.П.2.Преддипломная практика Б2.П.3. Научно-исследовательская работа	
Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации образовательной программы	Квалификация руководящих и научно-педагогических работников соответствует квалификационным характеристикам, установленном в Едином квалификационнном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих и прфессиональным стандартам. ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 11.08.2016 г. № 997) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512) Доля штатных научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) соответсвует требованию ФГОС - не менее 50%. от общего количества научно-педагогических работников организации. Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным знаячениям ставок), имеющих образование,	

	соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, соответсвует требованию ФГОС - не менее 70%. Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным знаячениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, присвоенное за рубежом и признаваемое в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, соответсвует требованию ФГОС - не менее 50 %. Доля работников (в приведенных к целочисленным знаячениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программой бакалавриата (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, соответсвует требованию ФГОС - не менее 5%.
Электронно-библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда	При реализации программы бакалавриата каждый обучающийся в течении всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким ЭБС («Лань», «IPRbooks», «Универсистетская бибилиотеа online», «Консультант студента») и ЭИОС СВФУ. ЭБС и ЭИОС СВФУ обеспечивает возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории СВФУ, так и вне её. Функционирование ЭИОС обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, её использующих и поддерживающих. В условиях дистанционного обучения используется программа ZOOM. Договоры СВФУ, обеспечивающие информационно- образовательную среду вуза: ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - ДОГОВОР № 105-01/19 от 28.01.2019 г. с ООО «Современные цифровые технологии (ООО «СЦТ») на оказание информационных услуг посредством подключения к базовой части ЭБС Университетская библиотека онлайн». (www.biblioclub.ru). ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - ДОГОВОР № 104-01/20 от 21.01.2020 г. с ООО «Современные цифровые технологии (ООО «СЦТ») на оказание информационных услуг посредством подключения к базовой части ЭБС Университетская библиотека онлайн». (www.biblioclub.ru). ЭБС «IPRbooks» - ДОГОВОР № 5335/19/2759-06/19 от 20.06.2019 г. с ООО "Ай Пи Эр Медиа" на предоставление доступа к ЭБС IPRbooks. (www.iprbookshop.ru). ЭБС «Лань» – ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОНТРАКТ № ОСП 0810-5 от 12.02.2019 г. с ООО "Издательство Лань-Трейд» на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям ЭБС Лань. (http://www.e.lanbook.com). ЭБС «Консультант студента» - ДОГОВОР № 161СЛ/06-2019/2757-06/19 от 20.06.2019 г. с ООО «Политехресурс». (http://www.studentlibrary.ru).

	БД РИНЦ (SCIENCE INDEX) - ЛИЦЕНЗИОННЫЙ ДОГОВОР SCIENCE INDEX № SIO-252/2020 от 19.03.2020 г. с ООО «Научная электронная библиотека» на использование информационно-аналитической системы SCIENCE INDEX - Базы данных «Российский индекс научного цитирования». (www.elibrary.ru). Система Антиплагиат.вуз - ЛИЦЕНЗИОННЫЙ ДОГОВОР № 860 от 21.01.2020 г. с ЗАО «Анти-Плагиат» на предоставление права использования интеллектуальной деятельности - Программного обеспечения «Антиплагиат. ВУЗ» согласно Спецификации. (http://s-vfu.antiplagiat.ru/index.aspx). БД «КонсультантПлюс» - ДОГОВОР от 02.10.2013 г. о сотрудничестве с ООО "КонсультантПлюс-Якутия" о некоммерческом использовании информационных ресурсов Сети КонсультантПлюс. (http://www.consultant.ru). ЛИЦЕНЗИОННЫЙ ДОГОВОР № 80 с ООО «Айтек Инфо» на оказание услуг по передаче права на использование программного обеспечения ZOOM Бизнес Договор № 377328-ОТС с ИП Ивановым А.А. на оказание услуг по сопровождению Электронного периодического справочника «Система ГАРАНТ» Договор № 714000028902 от 11.02.2020 г. на услуги по предоставлению выделенного доступа к сети интернет и объединения филиалов по технологии IP/VPN (основной канал) с ПАО «Ростелеком» Договор на передачу прав №892-03/17 (Лицензионное соглашение) от 14.03.2017 г. с АО «Софт-лайн Трейд» на право использования программ для ЭВМ: Microsoft(Windows, Excel, PowerPoint, Office).
Материально техническая база и учебно-методическое обеспечение	СВФУ располагает материально-технической базой, учебно-методическим обеспечением, необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения и электронными библиотечными системами. Библиотечный фонд СВФУ укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 50 экземпляров каждого издания из основной литературы, перечисленных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик. И не менее 25 экземпляров дополнительной литературы на 100 обучающихся.
Ведущие преподаватели	1.Виниченко Вера Афанасьевна, к.п.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью филологического факультета. 2. Карнаухова Алена Амировна, доцент, к.п.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью филологического факультета 3. Корнилова Виктория Викторовна, доцент, к.п.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью филологического факультета 4. Сальникова Оксана Михайловна, к.филол.н., зав.кафедрой рекламы и связей с общественностью филологического факультета 5. Залуцкая Светлана Юрьевна, доцент, к.п.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью филологического факультета
Перечень вступительных испытаний	ЕГЭ по обществознанию, русскому языку, истории.
Контакты	Руководитель программы: Сальникова Оксана Михайловна, зав. кафедрой рекламы и связей с общественностью ФЛФ, к.филол.н. Республика Саха (Якутия), г. Якутск, ул. Кулаковского, 42, Главный учебный корпус, каб. 212 (а), р.т. 8(4112)496629, деканат ФЛФ – 8(4112)496853, e-mail:

	salnicovao@mail.ru , kafedra_prykt@mail.ru

1.2. Планируемые результаты освоения образовательной программы (компетенции), соотнесенные с требованиями профессионального стандарта (или квалификационными характеристиками ЕКС)

1.2.1. Квалификационные характеристики должностей ЕКС[4] (необходимые знания и должностные обязанности, к выполнению которых должен быть готов выпусник, успешно освоивший программу бакалавриата)

Должность ЕКС: МЕНЕДЖЕР ПО РЕКЛАМЕ (утв. Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 N 37) (ред. от 27.03.2018), раздел 1. Общеотраслевые квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях).

Выпускник должен уметь (необходимые умения) выполнять следующие должностные обязанности: «организует работу по рекламированию производимой продукции или выполняемых услуг с целью их продвижения на рынки сбыта, информируя потребителей о преимуществах качества и отличительных свойствах рекламируемых товаров или услуг. Осуществляет руководство, планирование и координацию работ по проведению рекламных кампаний. Разрабатывает планы рекламных мероприятий по одному виду или группе товаров (услуг) и определяет затраты на их проведение. Участвует в формировании рекламной стратегии, основанной на перспективных направлениях дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности. Осуществляет выбор форм и методов рекламы в средствах массовой информации, их текстового, цветового и музыкального оформления. Определяет конкретных носителей рекламы (газеты, журналы, рекламные ролики и др.) и их оптимальное сочетание. Изучает рынок сбыта и покупательский спрос с целью определения наилучшего времени и места размещения рекламы, масштабов и сроков проведения рекламных кампаний, круга лиц, на которые должна быть направлена реклама, ориентируя ее на целевые группы по профессии, возрасту, покупательной способности, полу. Организует разработку рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов, контролирует их качество, обеспечивая наглядность и доступность рекламы, соблюдение норм общественной морали, не допуская нарушений правил конкурентной борьбы. Осуществляет контроль за разработкой и реализацией договоров и контрактов по рекламированию продукции или услуг. Организует связи с деловыми партнерами, систему сбора необходимой информации и расширение внешних связей в целях совершенствования рекламной деятельности. Анализирует мотивацию спроса на производимую продукцию или оказываемые услуги, организует изучение потребностей покупателей и определяет направленность проведения рекламных кампаний. Поддерживает необходимые связи с другими структурными подразделениями предприятия, учреждения, организации в процессе разработки и проведения рекламных мероприятий, привлекает к решению поставленных задач консультантов и экспертов, приглашает к участию в рекламе широко известных и популярных лиц, заключая с ними договоры на коммерческой основе. Осуществляет руководство подчиненными сотрудниками».

Выпускник должен знать (необходимые знания): «законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие предпринимательскую,

[4] Единый квалификационный справочник должностей, руководителей, специалистов и служащих (profstandart.rosmintrud.ru)

коммерческую и рекламную деятельность; основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса; конъюнктуру рынка; порядок ценообразования и налогообложения; теорию и практику менеджмента; организацию рекламного дела; средства и носители рекламы; основы делового администрирования, маркетинга; формы и методы ведения рекламных кампаний; порядок разработки договоров и контрактов на организацию и проведение рекламных кампаний; этику делового общения; основы социологии, общую и специальную психологию; основы технологии производства, структуру управления предприятием, учреждением организацией, перспективы инновационной и инвестиционной деятельности; основы организации делопроизводства; современные средства сбора и обработки информации; средства вычислительной техники, коммуникаций и связи; формы и методы работы с персоналом, мотивации труда; основы законодательства о труде; передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламного дела; правила и нормы охраны труда».

Должность ЕКС: СПЕЦИАЛИСТ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
(введено Постановлением Минтруда России от 28.07.2003 N 59)

Выпускник должен уметь (необходимые умения) выполнять следующие должностные обязанности: «Выполняет работу по реализации политики организации в области связей с общественностью и отдельных ее этапов. Участвует в разработке конкретных планов внутренней и внешней политики организации в области связей с общественностью. Осуществляет постоянное взаимодействие и поддерживает контакты с представителями средств массовой информации и общественности, знакомит их с официальными решениями и приказами руководства организации, подготавливает ответы на официальные запросы, следит за своевременным распространением информационных материалов о деятельности организации. Участвует в подготовке и проведении брифингов, пресс-конференций, других мероприятий и акций информационно-рекламного характера, проводимых с участием представителей средств массовой информации и общественности, обеспечивает их комплексное информационное и организационное сопровождение. Готовит пресс-релизы и другие информационные материалы для представителей средств массовой информации, проводит мониторинг электронных и печатных средств массовой информации, участвует в подготовке информационно-аналитических материалов для внутреннего пользования. Разрабатывает информационно-рекламные материалы, готовит тексты для корпоративного издания, официального WEB-ресурса организации. Участвует в подготовке заданий для социологических исследований и составлении итоговых отчетов по результатам проведения мероприятий информационно-рекламного характера. Выполняет работу по сбору, хранению, использованию и распространению информационных материалов, подготовке документов для сдачи в архив. Обеспечивает исполнение решений руководства, своевременно информирует его о текущем ходе работ и их результатах.

Выпускник должен знать (необходимые знания): «постановления, распоряжения, приказы, другие руководящие и нормативные документы, относящиеся к вопросам организации связей с общественностью; основы законодательства о средствах массовой информации и рекламе; международные и российские кодексы профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью; специализацию, особенности деятельности и перспективы развития организации; основы политологии, социологии, психологии; основные

методы проведения качественных и количественных социологических исследований; методику ведения мониторинга средств массовой информации; законы композиции и стиля рекламных сообщений, статей, обращений, публичных выступлений; методы анализа статистической информации; основы делопроизводства; методы и средства формирования и использования собственной базы данных организации; методы сбора и обработки информации с применением современных технических средств и компьютерных технологий; основы законодательства о труде; правила по охране труда».

1.2.2. Взаимосвязь результатов освоения образовательной программы (компетенций) и квалификационных характеристик (признаков профессиональной деятельности)

Содержание и код компетенции	Квалификационные характеристики (признаки профессиональной деятельности на основе п.1.2.1)
ОК-1. Способен использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	Знать: основные направления, проблемы, теории и методы философии; Уметь: использовать положения и категории философии для оценивания и анализа различных социальных тенденций, фактов и явлений; Владеть: философским дискурсом, необходимым для понимания текстов, имеющих философское содержание.
ОК-2. Способен анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	Знать: основные этапы и закономерности исторического развития общества; Уметь: формировать свою гражданскую позицию на основе представлений об основных закономерностях развития общества; Владеть: навыками анализа своей гражданской позиции и гражданской позиции представителей своей целевой аудитории.
ОК-3. Способен использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	Знать: основные направления, проблемы современной российской экономики; Уметь: различать основные современные экономические теории; Владеть: навыками разработки бюджета проводимых коммуникационных мероприятий.
ОК-4. Способен использовать основы правовых знаний для применения в различных сферах жизнедеятельности	Знать: права, свободы и обязанности человека и гражданина; Уметь: защищать гражданские права; Владеть: навыками анализа нормативных актов, регулирующих отношения в различных сферах жизнедеятельности.
ОК-5. Способен к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	Знать: основы теории коммуникаций, основы межличностного и межкультурного взаимодействия; Уметь: осуществлять эффективное коммуникационное взаимодействие в устной и письменной форме на русском и иностранном языках; Владеть: русским и иностранным языками на высоком уровне.
ОК-6. Способен работать в	Знать: основы межкультурной коммуникации,

коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	особенности и закономерности коллективного труда; Уметь: выстраивать отношения с коллегами, налаживать эффективную коммуникацию с представителями других этнических, культурных и конфессиональных групп; Владеть: навыками предотвращения конфликтов в коллективе в ситуации межкультурного и межконфессионального общения.
ОК-7. Способен к самоорганизации и самообразованию	Знать: основные пути, методы и приёмы самоорганизации и самообразования; Уметь: организовывать свою деятельность наиболее эффективным образом, регулярно заниматься повышением своего образовательного уровня; Владеть: навыками поиска информации и эффективной работы с ней.
ОК-8. Способен использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Знать: основные пути, методы и приёмы развития своей физической культуры; Уметь: использовать методы и средства физической культуры для обеспечения своей профессиональной деятельности; Владеть: навыками эффективного развития своей физической культуры.
ОК-9. Готов пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	Знать: основные методы защиты населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий; Уметь: пользоваться средствами защиты от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий; Владеть: навыками организации помощи населению в ситуациях аварий, катастроф, стихийных бедствий.
Общепрофессиональные компетенции	
ОПК-1. Способен осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Знать: специфику основных профессиональных функций специалиста в области рекламы и связей с общественностью в различных коммерческих и некоммерческих структурах; Уметь: правильно понимать целесообразность поставленных руководителем рекламных и ПР-задач в различных коммерческих и некоммерческих структурах; Владеть: навыками эффективного решения основных профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью в различных коммерческих и некоммерческих структурах.
ОПК-2. Владеет знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	Знать: основные особенности функционирования отделов рекламы и отделов по связям с общественностью, соотнесённость их деятельности с деятельностью отделов маркетинга; Уметь: выполнять свои профессиональные функции сотрудника отдела рекламы и сотрудника отдела по связям с общественностью; Владеть: навыками коллективной профессиональной деятельности.
ОПК-3. Обладает базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с	Знать: специфику и основные классификации текстов рекламы и текстов по связям с общественностью; знать основы литературного редактирования и копирайтинга;

общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	Уметь: анализировать тексты по рекламе и связям с общественностью, учитывая их специфику и прагматическую направленность; Владеть: базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью.
ОПК-4. Умеет планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: основное содержание коммуникационной кампании и виды мероприятий в рекламной деятельности и в связях с общественностью; Уметь: использовать знания основных требований при решении задач, связанных с разработкой коммуникационных кампаний и мероприятий в рекламной деятельности и связях с общественностью в контексте поставленной задачи; Владеть: навыками планирования и организации коммуникационной кампании, разработки сценариев мероприятий.
ОПК-5. Умеет проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знать: основные направления реализации коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: использовать инструменты контроля, а также информационного и технологического сопровождения коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью в контексте поставленной задачи; Владеть: навыками организации контроля, а также информационного и технологического сопровождения коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью.
ОПК-6. Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Знать: Основы библиографической культуры в сфере рекламы и связей с общественностью с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; Уметь: использовать знания библиографической культуры в решении стандартных задач в рекламной деятельности и связях с общественностью; Владеть: навыками анализа текстовых и иных сообщений с применением информационно-коммуникационных технологий в рекламной деятельности и связях с общественностью на предмет соблюдения требований библиографической культуры и информационной безопасности.
ПК-1. способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы,	1. Знать: - основы статистики и бухгалтерского учета на предприятии; - теоретический материал, базовые установки и основные понятия, обеспечивающие понимание процессов управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; 2. Уметь: - осуществлять оперативное планирование и

деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, - проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, 3. Владеть: Владеть (методиками) - методиками анализа эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью - методиками анализа имиджа объекта -Владеть практическими навыками - практическими навыками по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок - практическими навыками оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
ПК-2. владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	Знать: о роли планирования и организации в деятельности предприятия; этапы процесса планирования и организации деятельности предприятия; сущность оперативного и стратегического планирования; особенности планирования и организации личной работы менеджера; уметь: анализировать особенности индивидуального функционирования и функционирования организации; владеть: методикой разработки планов различных видов деятельности; методами организации деятельности предприятия.
ПК-3. владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Знать: принципы создания эффективной команды и подбора специалистов; средства мотивации деятельности персонала; стили руководства; принципы, специфику и проблематику управления коллективом; теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков; принципы стратегического и тактического планирования деятельности организации; средства контроля; принципы и критерии оценки эффективности работы организации. Уметь: организационно и информационно поддерживать функционирование систем управления; планировать и активизировать деятельность персонала; находить источники повышения конкурентоспособности; Владеть: методиками анализа информации в целях экономического обоснования управленческих решений; аналитическими методиками в целях оптимизации работы персонала; навыками активизации деятельности коллектива в рамках проекта с целью повышения эффективности его работы

ПК-4. владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	знать: - основы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); - этапы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); - особенности составления проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) уметь: - подготавливать проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); - осуществлять сбор, обработку и анализ проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); владеть: - навыками составления и оформления проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); - основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
ПК-5. способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации	Знать: методы реализации проекта; уметь:реализовать проект; владеть: практическими методами проектирования
ПК-6. способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Знать: - приемы организации эффективной корпоративной коммуникации, а так же виды и особенности внешней коммуникации в информационной среде общества Уметь: - выбирать наиболее эффективные средства и приемы коммуникации в той или иной ситуации общения Владеть: - навыками организации внутренней и внешней коммуникации современного предприятия
ПК-7. Способен принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знать: основное содержание коммуникационной кампании и виды мероприятий в рекламной деятельности и в связях с общественностью; Уметь: использовать знания основных требований к содержанию коммуникационной кампании при решении задач, связанных с планированием, подготовкой и

	проведением коммуникационных кампаний и мероприятий в рекламной деятельности и связях с общественностью; Владеть: навыками планирования, подготовки и проведении коммуникационной кампании и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью.
ПК-8. Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знать: особенности основных видов рекламной продукции, преимущества и недостатки традиционных и современных средств рекламы, а также технологии подготовки к выпуску, производству и распространению рекламных продуктов; Уметь: использовать оптимальные приемы и методы организации выпуска и распространения рекламной продукции с использованием традиционных и современных средств рекламы; Владеть: различными методами организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции.
ПК-9: компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований	Знать: методологию маркетингового исследования; международный опыт и российскую практику организации маркетинговых исследований; основные методы проведения маркетинговых исследований; основные способы обработки и анализа полученных данных Уметь: анализировать и интерпретировать маркетинговую информацию; применять основные методы исследования рынка; анализировать маркетинговую и/или рекламную информацию и осуществлять презентацию отчетов участникам проектной группы. Владеть: средствами, формами и технологиями маркетингового исследования
ПК-10: способностью организовывать и проводить социологические исследования	Знать: основы методологии социологического исследования; технология организации социологических исследований; этапы проведения социологических исследований. Уметь; подготавливать, организовывать и проводить социологические исследования; осуществлять сбор, обработку и анализ полученных данных; Владеть: навыками постановки и решения исследовательских задач в области рекламы и связей с общественностью; основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов исследования.
ПК-11: владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знать: методы исследования; функции, содержание, структуру социологических исследований в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь: организовывать и проводить рыночное

	наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; подготавливать, организовывать и проводить анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществлять сбор, обработку и анализ полученных данных; Владеть: навыками постановки и решения исследовательских задач в области рекламы и связей с общественностью; основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов исследования.
ПК-12. Способен под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать: специфику основных профессиональных функций специалиста в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Уметь: правильно понимать целесообразность поставленных руководителем рекламных задач в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; Владеть: навыками эффективного решения основных профессиональных задач в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.
ПК-13. Способен под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Знать: Содержание и основные этапы рекламной кампании и рекламных мероприятий; Уметь: правильно воспринимать и интерпретировать задачу руководства по подготовке и проведению рекламной кампании или рекламных мероприятий; Владеть: базовыми навыками исследования, планирования, реализации и оценки эффективности рекламной кампании, а также навыками оценки эффективности рекламных мероприятий.
ПК-14. Способен реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Знать: квалификационные требования к специалисту в области рекламы; Уметь: использовать знания квалификационных требований специалиста в области рекламы в профессиональной деятельности; Владеть: навыками анализа профессиональной деятельности в области рекламы.
ПК-15. Владеет навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	Знать: основные особенности функционирования отделов рекламы, маркетинговых отделов и рекламных агентств; Уметь: выполнять профессиональные функции специалиста отдела рекламы, маркетингового отдела или сотрудника рекламного агентства; Владеть: навыками коллективной профессиональной деятельности.
ПК-16. Способен под контролем осуществлять	Знать: основные виды рекламной продукции, а также традиционные и современные средства рекламы и

подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	технологии подготовки к выпуску, производству и распространению рекламных продуктов; Уметь: использовать приемы и методы организации выпуска и распространения рекламной продукции с использованием традиционных и современных средств рекламы в контексте поставленной задачи; Владеть: методами организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции.
УК-1; способностью использовать знания о значении истории и культуры народов Северо-Востока и циркумполярного мира в мировой истории и культурном пространстве	**Знать** предметную область дисциплины; методологическую основу изучения геокультурного пространства; инструменты конструирования геоконцепта; источники, раскрывающие геокультурный образ Арктики. **Уметь** проводить логические операции обобщения, сравнения, выявления взаимосвязи, анализа и синтеза; создавать картографическую репрезентацию пространства Арктики; проводить типологию геогкультурного пространства Арктики; применять творческие методы. **Владеть навыком** написания эффективного эссе; проведения исследовательской работы; работы с методами разработки и обоснования модели Арктического региона.
УК-2; способностью решать задачи социально-экономического и инновационного развития регионов Северо-Востока России и циркумполярного мира	Знать: - понятийный аппарат экономической географии; - основные методы экономической географии; -территориальные особенности природной, экономической и демографической ситуации Дальневосточного региона; Уметь: - определять место региона в едином экономическом и политическом пространстве, особенности хозяйственной деятельности человека в конкретных условиях региона; Владеть: - понятийным аппаратом экономической географии; - основными методами экономической географии
УК-3; способностью использовать правовые нормы и гарантии устойчивого развития народов Северо-Востока России	*Знает* предметную область этноконфликтологии; методы и парадигмы этноконфликтологии; структуру и типологии этноконфликта; контексты этнополитического конфликта; теории этноконфликта; динамику и механизмы этноконфликта; содержание понятий «управление» и «регулирование» конфликта; стратегии межкультурного диалога; содержание превентивной деятельности. *Умеет* обобщать наиболее существенные характеристики этноконфликта; приводить примеры воздействия этнического фактора на устойчивость общества; анализировать этноконфликт; систематизировать конфликтогенные факторы; разрабатывать программу оперативного социологического мини-исследования.

	Владеет навыком самостоятельно построить визуально-графическую карту этноконфликта; проведения социологического мини-исследования.
УК-5; способностью к коммуникации в устной и письменной формах на якутском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	Знать: современное состояние родного языка, основные изменения, происходящие в лексике, фонетике, морфологии, синтаксисе якутского языка. Основные понятия и термины в сфере профессиональной деятельности, их перевод и аналогии на якутском языке. Особенности и основные признаки функциональных стилей языка. Иметь представление об основных компонентах культуры родной речи. Уметь: замечать и исправлять стилистические ошибки, возникающие при неправильном употреблении слов, словосочетаний и предложений. Стилистически правильно употреблять слова и термины в профессиональной деятельности в письменной и устной формах. Владеть: изучаемым государственным языком в его литературной форме, различными языковыми единицами в функциональных стилях речи. Составлять тексты в письменной и устной формах речи по различным тема, в том числе по профессиональной деятельности
УК-6. способностью критически и творчески осмысливать значение классического литературного наследия и русской художественной культуры РФ (в том числе регионов Северо-Востока) для духовного и нравственного развитиятя личности, обогащения словарного запаса	Знать -достижения в области художественной литературы в историко-культурном контексте; -основные концепции эстетики и практики русских писателей; -духовный вклад классиков в развитие литературы. Уметь -обнаруживать связь литературных явлений с историческими и общественно-политическими событиями, происходившими в России, с духовными, религиозно-нравственными и философскими исканиями русского общества Владеть -навыком комментирования художественного текста в единстве формы и содержания, -речевой культурой на основе образцов классической литературы