

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



Утверждено УС СВФУ
протокол № 09 от «28» мая 2020 г.

Проректор

А.И. Голиков

приказом № 1103-УЧ от «31» августа 2020 г.

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
программа магистратуры**

Направление подготовки

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

направленность (профиль)

Стратегические коммуникации
наименование направленности (профиля)

Сведения об актуализации ОПОП

ОПОП переутверждена:

УС СВФУ протокол № ___ «___» ___ 20__ г., приказ № ___ «___» ___ 20__ г.

УС СВФУ протокол № ___ «___» ___ 20__ г., приказ № ___ «___» ___ 20__ г.

УС СВФУ протокол № ___ «___» ___ 20__ г., приказ № ___ «___» ___ 20__ г.

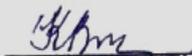
Якутск 2020

Состав проектной группы по разработке образовательной программы:

- Карнаухова Алена Амировна, кандидат педагогических наук, доцент по кафедре рекламы и связей с общественностью, доцент, кафедра рекламы и связей с общественностью, ФЛФ – *руководитель проектной группы*;
- Корнилова Виктория Викторовна, кандидат педагогических наук, доцент по кафедре рекламы и связей с общественностью, заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью, кафедра рекламы и связей с общественностью, ФЛФ

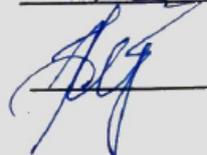
Одобрено на заседании выпускающей кафедры рекламы и связей с общественностью от « 20 » мая 2020 г. протокол № 9

Зав. кафедрой

 /Корнилова В.В.

Руководитель программы*

* для программ магистратуры

 /Карнаухова А.А.

Нормоконтроль на уровне учебного подразделения:

ПРОВЕРЕНО

Специалист УМО/деканата

 / Прибылых С.Р.

Сроки/дата проведения нормоконтроля _____

РЕКОМЕНДОВАНО

Учебно-методической комиссией филологического факультета
протокол № 9 от « 21 » мая 2020 г.

Председатель УМК

 / Печетова Н.Ю.

Декан

 / Жондорова Г.Е.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Описание образовательной программы

Код и наименование специальности	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы	Стратегические коммуникации
Уровень высшего образования	Магистратура
Язык (языки), на котором (ых) осуществляется обучение	Русский язык
Управление образовательной программой	Выпускающая кафедра – кафедра рекламы и связей с общественностью филологического факультета СВФУ Руководитель ОП - Карнаухова Алена Амировна, к.п.н., доцент по кафедре реклама и связи с общественностью филологического факультета СВФУ им. М.К. Аммосова
Основные характеристики образовательной программы	Форма обучения: очная Срок освоения: 2 года Трудоемкость: 120 ЗЕТ Сетевая форма реализации: нет 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	Магистр
Основные работодатели	ОА «Якутский хлебозавод»; ООО «Медиа-группа «Ситим»; ООО РПК «Республика»; МКУ «Агентство по молодежной и семейной политике» ГО «город Якутск»; ООО «Сайсары Синема»; Департамент по связям с общественностью и взаимодействию со СМИ окружной администрации города Якутска; АО «Аэропорт Якутск»
Целевая направленность	Абитуриент должен иметь документ государственного образца о высшем образовании
Структура программы	Общая трудоемкость программы -120 з.е.

	<p>Программа состоит из обязательной части и части, формируемой участниками образовательных отношений (далее соответственно – базовая часть и вариативная часть).</p> <p>Программа бакалавриата состоит из следующих блоков:</p> <p>Блок 1 Дисциплины (модули) – 84 з.е., в том числе базовая часть –54 з.е., вариативная часть –30 з.е.</p> <p>Блок 2 Практики – 30 з.е.</p> <p>Блок 3 Государственная итоговая аттестация – 6 з.е.</p>
Цели программы	<p>Миссия: подготовка специалистов, способных обеспечить стратегические инновации в современных коммуникациях в различных отраслях.</p> <p>Цель:</p> <p>подготовка высококвалифицированных профессионалов в области коммуникаций, обеспечивающая высокую востребованность и адаптивность выпускников программы.</p> <p>Отличительная особенность программы</p> <p>Создание программы магистратуры по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью «Стратегические коммуникации» стало откликом на сформировавшуюся в последние годы потребность рынка совместить в равных пропорциях творческое, техническое, педагогическое и управленческое направления подготовки, ни одно из которых не является доминирующим.</p>
Характеристики профессиональной деятельности выпускников	<p>Область профессиональной деятельности выпускников: медиакommunikации, массовые коммуникации, реклама и связи с общественностью, педагогика высшей школы и СПО.</p> <p>Типы задач профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организация продвижения продукции СМИ; - управление (менеджмент) информационными Ресурсами, - педагогическая деятельность в профессиональном обучении, профессиональном образовании, дополнительном профессиональном образовании; <p>Типы профессиональной деятельности выпускников:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Организационно-управленческая - Проектно-аналитическая - Педагогическая - Научно-исследовательская <p>Задачи профессиональной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> –проектно-аналитическая - внедрение системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации;

	<p>разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – организационно-управленческий – разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации; разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации; – педагогическая - разработка под руководством специалиста более высокой квалификации учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов, дисциплин (модулей) или отдельных видов учебных занятий программ бакалавриата и(или) ДПП; – научно-исследовательская – руководство научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной и иной деятельностью обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры и(или) ДПП.
<p>Требования профессиональных стандартов (при наличии) или ЕКС</p>	<p><u>Профессиональный стандарт 06.009 "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий. - Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ. - Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ. <p><u>Профессиональный стандарт 06.013 "Специалист по информационным ресурсам", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Управление (менеджмент) информационными ресурсами - Управление информацией из различных источников. <p><u>Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих. Раздел "Квалификационные характеристики должностей работников образования". Преподаватель.(Приложение к приказу Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 26 августа 2010 г. N 761н)</u></p>

	<p>Должностные обязанности. Проводит обучение обучающихся в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов. Организует и контролирует их самостоятельную работу, индивидуальные образовательные траектории (программы), используя наиболее эффективные формы, методы и средства обучения, новые образовательные технологии, включая информационные. Содействует развитию личности, талантов и способностей обучающихся, формированию их общей культуры, расширению социальной сферы в их воспитании. Обеспечивает достижение и подтверждение обучающимися уровней образования (образовательных цензов). Оценивает эффективность обучения предмету (дисциплине, курсу) обучающихся, учитывая освоение ими знаний, овладение умениями, применение полученных навыков, развитие опыта творческой деятельности, познавательного интереса, используя компьютерные технологии, в т.ч. текстовые редакторы и электронные таблицы в своей деятельности.</p> <p>Должен знать: приоритетные направления развития образовательной системы Российской Федерации; законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие образовательную деятельность. Требования к квалификации. Высшее профессиональное образование или среднее профессиональное образование по направлению подготовки "Образование и педагогика" или в области, соответствующей преподаваемому предмету. Профессиональные компетенции, устанавливаемые программой, сформированы на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, проведения консультаций с работодателями отрасли.</p>
<p>Требования к результатам освоения программы (в соответствии с ФГОС ВО и указанием дополнительных компетенций)</p>	<p>В результате освоения программы магистратуры Стратегические коммуникации направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью у выпускника должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.</p> <p>Выпускник должен обладать следующими универсальными компетенциями (УК):</p> <ul style="list-style-type: none"> - УК -1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

- УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

- УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

- УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

- УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

- УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

Выпускник должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические

	<p>средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p> <p>Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):</p> <ul style="list-style-type: none"> - организационно-управленческая: ПК-1: Способен осуществлять управление рекламной и PR-деятельностью в профессиональной сфере, организовать продвижение коммуникационного продукта в официальных СМИ и соцсетях - проектно-аналитическая: ПК-2. Способен планировать и реализовывать рекламные и PR-кампании, создавать, редактировать и размещать рекламные продукты, спичи, PR-тексты, оценивать их эффективность. - научно-исследовательская: ПК-3. Способен ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, интегрировать знания, формировать суждения, аргументировать выдвижение новых идей, прогнозировать тенденции развития стратегических коммуникаций и применять накопленные знания в написании научно-исследовательских работах, включая магистерские, кандидатские и докторские диссертации. - педагогическая: ПК-4. Способен осуществлять преподавание по программам бакалавриата в соответствие с профессиональной квалификацией: преподавание учебных курсов, организация проектной деятельности, разработка учебно-методического обеспечения учебных курсов и практик
<p>Дисциплины (модули)</p>	<p>Блок 1</p> <p>Базовая (обязательная) часть</p> <p>Б1.О.01 Методология научных исследований</p> <p>Б1.О.02 Межкультурная коммуникация в профессиональной сфере</p> <p>Б1.О.03 Управление научно-исследовательской и инновационной деятельностью</p> <p>Б1.О.04 Иностранный язык в научной сфере</p> <p>Б1.О.05 Менеджмент</p> <p>Б1.О.06 Иностранный язык в профессиональной коммуникации</p> <p>Б1.О.07 Теория и практика стратегических коммуникаций</p>

	<p> Б1.О.08 Организация командной работы и лидерство Б1.О.09 Управление коммуникационными проектами Б1.О.10 Междисциплинарный курсовой проект по стратегическим коммуникациям Б1.О.11 История публичных коммуникаций Б1.О.12 Брендинг и медиаисследования в стратегических коммуникациях Б1.О.13 Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью Б1.О.14 Управление коммуникационным предприятием/отделом Б1.О.15 Современная медиаиндустрия Б1.О.16 Разработка и продвижение контента Б1.О.17 Разработка и реализация коммуникационной стратегии, рекламной и PR- кампаний Б1.О.18 Корпоративная культура Вариативная часть (часть, формируемая участниками образовательных отношений) Вариативная обязательная часть Б1.В.01 Методология исследований в стратегических коммуникациях Б1.В.02 Интернет-копирайтинг Б1.В.03 Имиджеология Б1.В.04 Методика преподавания рекламы и связей с общественностью Набор дисциплин по выбору Б1.В.ДВ.01 Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1) Б1.В.ДВ.01.01 Социально-экономические и экологические риски в Арктике Б1.В.ДВ.01.02 Актуальные проблемы циркумполярного мира Б1.В.ДВ.02 Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2) Б1.В.ДВ.02.01 Политическая карта мира и этноконфликтология Б1.В.ДВ.02.02 Культурная антропология Б1.В.ДВ.03 Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3) Б1.В.ДВ.03.01 Психология Б1.В.ДВ.03.02 Педагогика Б1.В.ДВ.04 Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4) Б1.В.ДВ.04.01 Профессиональное деловое общение Б1.В.ДВ.04.02 Правовое и этическое регулирование стратегических коммуникаций </p>
Практики	<p> Типы практики: Б2.О.01(Н) Производственная научно-исследовательская работа Б2.О.02(П) Производственная профессионально- </p>

	<p>творческая практика Б2.О.03(П) Производственная научно-исследовательская практика Б2.О.04(П) Производственная педагогическая практика Б2.О.05(П) Преддипломная практика</p>
Государственная итоговая аттестация	Защита выпускной квалификационной работы
Практическая подготовка	<p>Образовательная деятельность в форме практической подготовки организована при реализации следующих учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) практик, иных компонентов образовательной программы предусмотренных учебным планом:</p> <p>Б2.О.01(Н) Производственная научно-исследовательская работа Б2.О.02(П) Производственная профессионально-творческая практика Б2.О.03(П) Производственная научно-исследовательская практика Б2.О.04(П) Производственная педагогическая практика Б2.О.05(П) Преддипломная практика</p>
Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации образовательной программы	<p>Выписка из ФГОС, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. N 512 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г., регистрационный N 47220) и профессиональным стандартам (при наличии):</p> <p>Требования к кадровым условиям реализации программы магистратуры.</p> <p>4.4.1. Реализация программы магистратуры обеспечивается педагогическими работниками Организации, а также лицами, привлекаемыми Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях.</p> <p>4.4.2. Квалификация педагогических работников Организации должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).</p> <p>4.4.3. Не менее 75 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), должны вести научную, учебно-методическую и (или) практическую работу,</p>

	<p>соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).</p> <p>4.4.4. Не менее 10 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), должны являться руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (иметь стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).</p> <p>4.4.5. Не менее 60 процентов численности педагогических работников Организации и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Организации на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), должны иметь 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).</p>
<p>Электронно-библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда</p>	<p>При реализации программы магистратуры каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам и электронной информационно-образовательной среде СВФУ. Электронно-библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда СВФУ обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории СВФУ, так и вне её. Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, её использующих и поддерживающих. Договоры СВФУ, обеспечивающие информационно-образовательную среду вуза: ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - ДОГОВОР</p>

	<p>№ 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).</p> <p>ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - ДОГОВОР</p> <p>№ 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).</p> <p>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).</p> <p>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).</p> <p>ЭБС «Консультант студента» - ДОГОВОР № 161СЛ/06-2019/2757-06/19 от 20.06.2019 г. с ООО «Политехресурс». (http://www.studentlibrary.ru).</p> <p>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»</p> <p>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)</p>
<p>Материально техническая база и учебно-методическое обеспечение</p>	<p>СВФУ располагает материально-технической базой, учебно-методическим обеспечением, необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения и электронными библиотечными системами.</p> <p>Библиотечный фонд СВФУ укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляров каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик.</p> <p>Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.</p>
<p>Ведущие</p>	<p>- Корнилова Виктория Викторовна, кандидат</p>

преподаватели	<p>педагогических наук, доцент, заведующий кафедры рекламы и связей с общественностью, филологический факультет СВФУ;</p> <p>- Карнаухова Алена Амировна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, филологический факультет СВФУ;</p> <p>- Хазанкович Юлия Геннадьевна, доктор филологических наук, профессор кафедры литературы 20 века, филологический факультет СВФУ;</p> <p>- Виниченко Вера Афанасьевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, филологический факультет СВФУ;</p> <p>- Сальникова Оксана Михайловна – кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, филологический факультет СВФУ;</p> <p>Неустроева Аиза Борисовна - к.социол.наук, доцент кафедры психологии и социальных наук, внеш.совмест. (ГБУ Академия наук Республики Саха (Якутия))</p>
Перечень вступительных испытаний	Собеседование по профилю
Контакты	8-984-112-97-07, helmdeep@yandex.ru – Карнаухова Алена Амировна, руководитель программы

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

Характеристики обобщенных трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт 06.009 "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N 33973)

Организация продвижения продукции СМИ

Трудовые функции:

1. Организация маркетинговых исследований в области СМИ

Трудовые действия

- Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ
- Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
- Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ

- Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
 - Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ
 - Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ
2. Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ

Трудовые действия

- Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
 - Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации
 - Разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ
 - Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ
 - Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом
 - Формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ
 - Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации
3. Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ

Трудовые действия

- Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ
 - Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах
 - Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах
 - Контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах
 - Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях
 - Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия
4. Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ

Трудовые действия

- Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ
- Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции
- Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов
- Анализ эффективности продвижения продукции СМИ
- Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ

Выпускник должен знать:

- Гражданское законодательство Российской Федерации
- Принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ

- Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность
- Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок
- Основные принципы организации рекламной кампании
- Методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах
- Основы проектной деятельности
- Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность
- Маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента
- Технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов
- Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность
- Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
- Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность

Выпускник должен уметь:

- Использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты
- Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
- Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
- Выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей
- Составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
- Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты
- Разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга
- Интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
- Осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
- Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии
- Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями
- Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
- Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию
- Формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ
- Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
- Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты
- Анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных

Характеристики обобщенных трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт 06.013 "Специалист по информационным ресурсам", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 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)

Трудовые функции:

Управление (менеджмент) информационными ресурсами

Трудовые действия

1. Планирование работ по наполнению сайта:

- Подготовка заданий для исполнителей
- Распределение работы по созданию и редактированию контента
- Координация работы по созданию и редактированию контента
- Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний
- Документирование сведений о процессах и результатах выполнения работ различными исполнителями

2. Управление информацией из различных источников:

- Формирование запросов и получение информации от сотрудников организации
- Согласование и утверждение информационных материалов
- Передача информационных материалов, замечаний, исправлений между специалистами по информационным ресурсам и сотрудниками других категорий
- Мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках
- Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации

Выпускник должен знать:

- Основные принципы и технологии управления проектами
- Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента
- Основы менеджмента
- Структура организации, зоны ответственности и функции подразделений
- Внутренние правила согласования и утверждения документов
- Работа с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами

Выпускник должен уметь:

- Работать с большими объемами информации
- Владеть программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет
- Составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации
- Работать с большими объемами информации
- Вести документацию по проектам и работам

Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих. Раздел "Квалификационные характеристики должностей работников образования". Преподаватель. (Приложение к приказу Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 26 августа 2010 г. N 761н)

Должностные обязанности. Проводит обучение обучающихся в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов. Организует и контролирует их самостоятельную работу, индивидуальные образовательные траектории (программы), используя наиболее эффективные формы, методы и средства обучения, новые образовательные технологии, включая информационные. Содействует развитию личности, талантов и способностей обучающихся, формированию их общей культуры, расширению социальной сферы в их воспитании. Обеспечивает достижение и подтверждение обучающимися уровней образования (образовательных цензов). Оценивает эффективность обучения предмету (дисциплине, курсу) обучающихся, учитывая освоение ими знаний, овладение умениями,

применение полученных навыков, развитие опыта творческой деятельности, познавательного интереса, используя компьютерные технологии, в т.ч. текстовые редакторы и электронные таблицы в своей деятельности. Соблюдает права и свободы обучающихся. Поддерживает учебную дисциплину, режим посещения занятий, уважая человеческое достоинство, честь и репутацию обучающихся. Осуществляет контрольно-оценочную деятельность в образовательном процессе с использованием современных способов оценивания в условиях информационно-коммуникационных технологий (в т.ч. ведение электронных форм документации). Вносит предложения по совершенствованию образовательного процесса в образовательном учреждении. Участвует в работе предметных (цикловых) комиссий (методических объединений, кафедр), конференций, семинаров, Участвует в деятельности педагогического и иных советов образовательного учреждения, а также в деятельности методических объединений и других формах методической работы. Осуществляет связь с родителями или лицами, их заменяющими. Разрабатывает рабочие программы учебных дисциплин (модулей) по своей дисциплине и другие материалы, обеспечивающие воспитание и качество подготовки обучающихся, несет ответственность за реализацию их в полном объеме в соответствии с учебным планом и графиком учебного процесса, а также за качество подготовки выпускников. Обеспечивает охрану жизни и здоровья обучающихся во время образовательного процесса. Выполняет правила по охране труда и пожарной безопасности.

Должен знать: приоритетные направления развития образовательной системы Российской Федерации; законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие образовательную деятельность; Конвенцию о правах ребенка; содержание учебных программ и принципы организации обучения по преподаваемому предмету; основные технологические процессы и приемы работы на должностях в организациях по специальности в соответствии с профилем обучения в образовательном учреждении, а также основы экономики, организации производства и управления; педагогику, физиологию, психологию и методику профессионального обучения; современные формы и методы обучения и воспитания обучающихся; основы трудового законодательства; теорию и методы управления образовательными системами; современные педагогические технологии продуктивного, дифференцированного обучения, реализации компетентного подхода, развивающего обучения; методы убеждения, аргументации своей позиции, установления контактов с обучающимися разного возраста, их родителями (лицами, их заменяющими), коллегами по работе; технологии диагностики причин конфликтных ситуаций, их профилактики и разрешения; основы экологии, экономики, социологии; трудовое законодательство; основы работы с текстовыми редакторами, электронными таблицами, электронной почтой и браузерами, мультимедийным оборудованием; правила внутреннего трудового распорядка образовательного учреждения; правила по охране труда и пожарной безопасности.

Требования к квалификации. Высшее профессиональное образование или среднее профессиональное образование по направлению подготовки "Образование и педагогика" или в области, соответствующей преподаваемому предмету, без предъявления требований к стажу работы, либо высшее профессиональное образование или среднее профессиональное образование и дополнительное профессиональное образование по направлению деятельности в образовательном учреждении без предъявления требований к стажу работы.

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

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
Системное и критическое	УК-1. Способен осуществлять	УК1.1Анализирует проблемную ситуацию	Знать: специфику научного мышления и

<p>мышление</p>	<p>критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий</p>	<p>как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними УК1.2Определяет необходимую информацию для решения проблемной ситуации и проектирует процессы по их устранению УК1.3Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников УК 1.4Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов УК 1.5Строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения</p>	<p>научной рациональности, критерии научности основные единицы философско-методологического анализа науки, специфику их применения в конкретных областях научного знания строение научного знания, уровни, механизмы и формы его развития методы научного исследования Уметь: анализировать проблемную ситуацию, выделяя ее базовые составляющие и связи между ними отличать научные исследования от ненаучных обосновать выбор темы исследования, критически оценивать место выбранной проблематики в предметном исследовательском пространстве критически анализировать научные тексты и выступления, выявлять содержащуюся в них неявную информацию выстраивать, реконструировать и оценивать научную аргументацию оценивать возможные последствия и риски принятых решений выработать стратегию действий, принимать рациональные решения для ее реализации Владеть: методиками постановки цели, определения способов</p>
-----------------	---	--	--

			ее достижения, разработки стратегии действий методиками критического анализа информации для повышения эффективности процесса принятия решений приемами ведения дискуссии и полемики, навыками аргументированного изложения собственной точки зрения с использованием системных и междисциплинарных подходов методами оценки последствий и рисков принятых решений и определения путей их устранения
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	<p>УК 2.1 Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления</p> <p>УК 2.2 Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты</p> <p>УК 2.3 Предлагает и обосновывает способы решения поставленных управленческих задач.</p> <p>УК 2.4 Разрабатывает план реализации проекта с учетом возможных правовых, региональных, социально-экономических рисков</p>	<p>Знать: функциональные области управления проектами методологию управления проектами методы разработки и реализации проектов в профессиональной деятельности этапы жизненного цикла, разработки и реализации проекта об актуальных проблемах, приоритетных задачах развития северных и арктических территорий РФ</p> <p>Уметь: разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной профессиональной проблемы ставить цель и формулировать задачи, связанные с подготовкой и</p>

		<p>реализации и возможностей их устранения, планирует необходимые ресурсы УК 2.5Управляет командой, коммуникациями проекта на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>реализацией проекта разрабатывать проект (портфель проектов) с учетом анализа рисков его реализации, определять целевые этапы, основные направления и результаты работ участников проекта управлять проектом (портфелем проектов) на всех этапах жизненного цикла с учетом требований правовых норм, имеющих изменений в проекте, зон ответственности участников проекта организовывать работу команды по реализации проекта в соответствии с планом-графиком организовывать контроль реализации проекта в соответствии с разработанным планом-графиком вносить коррективы в реализации проекта для достижения результатов Владеть: навыками разработки и управления проектами, навыками представления проектов в информационном пространстве</p>
<p>Командная работа и лидерство</p>	<p>УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>УК 3.1Вырабатывает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели УК 3.2Организует и корректирует работу команды в социальном взаимодействии и командной работе,</p>	<p>Знать: содержание, методы применения и возможности различных стратегий поведения как руководителя командной работы, правила организации и управления командной работой с учетом социально-психологических</p>

		<p>организовывает и руководит работой команды</p> <p>УК 3.3 Разрешает конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон, создает рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат при руководстве работой команды</p> <p>УК 3.4 Вырабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели; разрабатывает план реализации стратегии для достижения поставленной цели</p> <p>УК 3.5 Распределяет полномочия членам команды, организует обратную связь по обсуждению результатов реализации стратегии для достижения поставленной цели</p>	<p>особенностей членов команды</p> <p>Уметь: определять свою роль как руководителя в команде</p> <p>анализировать и давать характеристику последствиям (результатам) личных управленческих действий, строить командную стратегию для достижения поставленной цели, разрабатывать план реализации стратегии, делать выводы из позитивных отзывов и критических замечаний коллег и учитывать их при руководстве командной деятельности, учитывать в своей деятельности интересы и особенности поведения членов команды, разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон, создавать рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат при руководстве работой команды, "анализировать эффективность деятельности трудового коллектива как малой социальной группы"</p> <p>Владеть: навыками диагностики и анализа проблем команды, навыками формирования команды, навыками управления командой, эмпирическими</p>
--	--	--	--

			методами социальной психологии, умением использовать их на практике руководителя команды
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК 4.1 Устанавливает контакты и организует общение в соответствии с потребностями совместной деятельности, используя современные коммуникативные технологии УК 4.2 Составляет типовую деловую документацию для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языках УК 4.3 Создает различные академические и профессиональные тексты на иностранном(ых) языке(ах) УК 4.4 Представляет результаты, организует обсуждение исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском и иностранном языках	Знать: принципы и содержание академического и профессионального взаимодействия на русском и иностранном языках, основные аспекты деловой документации на русском и иностранном языках для академических и профессиональных целей Уметь: вести устную и письменную деловую и академическую коммуникацию на русском и иностранном языках, выступать с академической и профессиональной презентацией на русском и иностранном языках, структурируя выступление согласно существующим требованиям и сопровождая его наглядным (визуальным) представлением материала, участвовать в ее обсуждении, выполнять полный/выборочный, аннотационный, реферативный письменный перевод академических и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, перевод заголовков собственных статей и их аннотаций с

			русского иностранного языка Владеть: навыками академического и профессионального общения в соответствии с потребностями совместной деятельности, используя современные коммуникативные технологии на русском и иностранном языках, навыками составления типовой деловой документации для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языках, навыками представления результатов, организации обсуждения исследовательской и проектной деятельности на русском и иностранном языках
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК 5.1 Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию социальным традициям профессиональном взаимодействии УК 5.2 Анализирует социально значимые проблемы, явления и социокультурные процессы УК 5.3 Обосновывает выбор ценностных ориентиров, формирует и отстаивает гражданскую позицию	Знать: специфику социокультурных процессов Арктического региона в профессиональной сфере, национально-региональные, этнокультурные особенности субъектов РФ при решении профессиональных задач Уметь: анализировать особенности социокультурного взаимодействия в профессиональной деятельности,

		<p>УК 5.4Толерантно и конструктивно выстраивает взаимодействие в коллективе с учетом национальных и социокультурных особенностей с целью успешного выполнения профессиональных задач и создания условий для социальной интеграции</p>	<p>внедрять опыт традиционно-инновационной деятельности в профессиональной сфере Владеть: приемами и средствами создания поликультурной среды для межкультурного взаимодействия в ходе решения профессиональных задач</p>
<p>Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)</p>	<p>УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>УК 6.1Оценивает и формирует свои ресурсы (личностные, ситуативные, временные), целесообразно их использует в процессе саморазвития и самосовершенствования, профессионального роста УК 6.2Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в том числе профессиональной) деятельности на основе самооценки УК 6.3Определяет и анализирует стратегию собственного профессионального развития с использованием инструментов непрерывного образования УК 6.4Выстраивает гибкую профессиональную траекторию с учетом накопленного опыта саморазвития и самосовершенствования, профессионального роста, динамично</p>	<p>Знать: структуру и тенденции развития профессионального поля, состояние и тенденции развития современного рынка труда приоритетные направления экономического развития РФ, северного и арктического регионов Уметь: анализировать, оценивать и корректировать планы личностного и профессионального развития с учетом имеющихся ресурсов, анализировать и отбирать лучшие практики построения профессиональной деятельности, планировать траектории и стратегию профессионального развития, исходя из запросов профессиональной среды и требований современного рынка труда, анализировать и оценивать возможности</p>

		<p>изменяющихся требований рынка труда</p>	<p>реализации личностных качеств, временных и других ресурсов при реализации траектории личностно-профессионального развития на основе принципа образования в течение всей жизни и требования рынка труда, анализировать, критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, корректировать их с учетом динамично изменяющихся требований современного рынка труда и стратегии личного развития Владеть: способами самоопределения в ситуациях выбора на основе собственной позиции, опыта и с учетом имеющихся ресурсов, методами эффективного планирования и организации времени для самосовершенствования, саморегулирования, самореализации</p>
	<p>ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов,</p>	<p>ОПК-1.1. Осуществляет планирование, организацию и координацию процесса создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p>	<p>Знать: - методы планирования, основы организации работы, принципы координации процесса создания медиатекстов и коммуникационных продуктов; - технологию создания медиатекстов и</p>

	<p>отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>ОПК-1.2. Разрабатывает рекламные и PR-тексты и иные коммуникационные продукты в соответствии с изменениями норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p> <p>ОПК-1.3. Способен создавать актуальные медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты с учетом текущих запросов и потребностей общества и профессиональной индустрии</p>	<p>коммуникационных продуктов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - логическую структуру, виды и способы аргументации, модели рекламной аргументации; - текущие изменения норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем при подготовке медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать, организовывать, координировать процесс создания медиатекстов и коммуникационных продуктов; - анализировать тенденции развития и запросы рекламной и PR-индустрии; - создавать медиатексты и коммуникационные продукты; - отслеживать и учитывать изменения норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем при разработке медиатекстов и коммуникационных продуктов; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками
--	---	--	---

			<p>планирования, организации, координации процесса создания медиатекстов и коммуникационных продуктов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа тенденций развития и запросов рекламной и PR-индустрии; - способностью создания медиатекстов и коммуникационных продуктов; - информацией об изменениях норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;
	<p>ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>ОПК-2.2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов</p> <p>ОПК-2.3. Обстоятельно освещает деятельность и отражает основные тенденции развития общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; - методы и приемы анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов; - процедуру проведения медиа-аудита государственных и общественных институтов; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать тенденции развития общественных и государственных институтов;

		(или) коммуникационных продуктах	<ul style="list-style-type: none"> - разносторонне освещать деятельность общественных и государственных институтов в медиатекстах и коммуникационных продуктах; - проводить медиа-аудит общественных и государственных институтов; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов; - навыками проведения медиа-аудита.
	ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p>ОПК-3.1. Анализирует многообразие достижений отечественной и мировой культуры</p> <p>ОПК-3.2. Использует достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p> <p>ОПК-3.3. Создает медиатексты, медиапродукты и коммуникационных</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формы и типы культур, основные культурно-исторические центры и регионы мира, место России в системе мировой культуры; - основные достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности; - систему ценностей мировой и российской культуры: - методы и приемы анализа многообразия достижений отечественной и мировой культуры; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в

		<p>продукты с ориентацией на систему ценностей мировой и российской культуры</p>	<p>истории и теории отечественной и мировой художественной культуры;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать основные достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания рекламных и PR-текстов, иных коммуникационных продуктов; - анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью ориентироваться в ценностях бытия, жизни, культуры; - способностью ориентироваться в базовых положениях теории отечественной и мировой художественной культуры; - способностью применять для решения творческих задач знания основных достижений отечественной и мировой культуры; - навыками анализа достижений отечественной и мировой культуры;
--	--	--	--

	<p>ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p>ОПК-4.1. Анализирует социологические данные о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4.2. Использует информацию о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p> <p>ОПК-4.3. Способен составить прогноз по спросу на тематические медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, удовлетворяющие потребности общества и целевых аудиторий</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовые способы и средства получения маркетинговой и социологической информации, необходимой для анализа потребностей общества и отдельных аудиторных групп; - методы и приемы анализа запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп; - методы прогнозирования и удовлетворения спроса общества на медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять базовые методы хранения, переработки маркетинговой и социологической информации о потребностях общества и целевых групп; - анализировать данные о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп; - составлять прогноз и удовлетворять спрос общества на медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - информацией о
--	---	--	---

			<p>потребностях общества и интересах целевых аудиторий;</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа данных о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп; - навыками составления прогноза и удовлетворения спроса общества на медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты;
	<p>ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ОПК-5.1. Анализирует совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие медиакommunikационных систем с целью принятия оптимальных профессиональных решений</p> <p>ОПК-5.2. Реализует профессиональные действия в рекламной и PR-индустрии с учетом тенденций развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира</p> <p>ОПК-5.3. Анализирует основные тенденции развития и функционирования различных</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - политические, экономические факторы, правовые и этические нормы, регулирующие развитие различных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; - актуальные тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать правовые и этические нормы в рекламной и PR-деятельности; - учитывать актуальные тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира в процессе принятия

		<p>медиакоммуникационн ых систем</p>	<p>профессиональных решений; Владеть: - способностью анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникацион- ных систем региона, страны и мира для принятия профессиональных решений; - навыками использования различных источников по праву и этике в регулировании рекламной и PR- деятельности;</p>
	<p>ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно- коммуникационные технологии</p>	<p>ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности и внедряет в процесс медиапроизводства необходимое техническое оборудование и программное обеспечение;</p> <p>ОПК-6.2. Использует современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение в процессе медиапроизводства</p> <p>ОПК-6.3. Применяет для решения профессиональных задач современные технические средства и информационно-</p>	<p>Знать: - теоретические основы современных информационно- коммуникационных технологий; - принципы использования современных технических средств и информационно- коммуникационных технологий в профессиональной деятельности; Уметь: - применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение в профессиональной деятельности; Владеть: - навыками решения профессиональных</p>

		коммуникационные технологии	задач с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий.
	ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	<p>ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, возможные эффекты и последствия деятельности в медиасфере;</p> <p>ОПК-7.2. Осуществляет оценку возможных эффектов в медиасфере, исходя из принципов социальной ответственности</p> <p>ОПК-7.3. Способен спрогнозировать развитие последствий своей профессиональной деятельности</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методы и приемы прогнозирования эффектов и последствий профессиональной деятельности; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами и приемами прогнозирования последствий профессиональной деятельности; - принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
	- организационно-управленческая: ПК-1: Способен осуществлять управление рекламной и PR-деятельностью в профессиональной сфере, организовать продвижение коммуникационного продукта в официальных СМИ и соцсетях	<p>ПК-1.1. Формулирует цели, распределяет рабочие задачи, функции и ресурсы, необходимые для реализации рекламной и PR-деятельности организации,</p> <p>ПК-1.2. Разрабатывает календарный план создания коммуникационного</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности управления рекламной и PR-деятельностью организации, - технологии продвижения коммуникационного продукта в официальных СМИ и соцсетях, <p>Уметь:</p>

		<p>продукта, назначает ответственных лиц и контролирует их деятельность,</p> <p>ПК-1.3. Организует продвижение коммуникационного продукта в официальных СМИ и соцсетях,</p>	<p>- осуществлять управление рекламной и PR-деятельностью организации,</p> <p>- планировать продвижение коммуникационного продукта в официальных СМИ и соцсетях,</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками управления рекламной и PR-деятельностью организации,</p> <p>- навыками продвижения коммуникационного продукта в официальных СМИ и соцсетях,</p>
	<p>- проектно-аналитическая:</p> <p>ПК-2. Способен планировать и реализовывать рекламные и PR-кампании, создавать, редактировать и размещать рекламные продукты, спичи, PR-тексты, оценивать их эффективность.</p>	<p>ПК-2.1. Осуществляет медиапланирование рекламных и PR-кампаний,</p> <p>ПК-2.2. Разрабатывает и редактирует рекламные материалы, спичи, PR-тексты,</p> <p>ПК-2.3. Проводит оценку эффективности рекламных продуктов, спичей, PR-текстов,</p>	<p>Знать:</p> <p>- специфику медиапланирования рекламных и PR-кампаний,</p> <p>- особенности редактирования рекламных и PR-текстов,</p> <p>- методы оценки эффективности рекламных продуктов, PR-текстов,</p> <p>Уметь:</p> <p>- планировать и реализовывать рекламные и PR-кампании,</p> <p>- редактировать рекламные продукты, спичи, PR-тексты,</p> <p>- оценивать эффективность рекламного продукта, спича, PR-текста,</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками медиапланирования рекламных и PR-кампаний,</p>

			<ul style="list-style-type: none"> - навыками создания и редактирования рекламного продукта, спича, PR-текста, - методами оценки эффективности рекламных продуктов, спичей, PR-текстов,
	<p>- научно-исследовательская:</p> <p>ПК-3. Способен ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, интегрировать знания, формировать суждения, аргументировать выдвижение новых идей, прогнозировать тенденции развития стратегических коммуникаций и применять накопленные знания в написании научно-исследовательских работах, включая магистерские, кандидатские и докторские диссертации.</p>	<p>ПК-3.1. Формулирует цели и задачи исследования, интегрирует знания, определяет методы экспериментальной работы в магистерской, кандидатской и докторской диссертации,</p> <p>ПК-3.2. Формирует суждения, аргументирует выдвижение новых идей в процессе научно-исследовательских работ,</p> <p>ПК-3.3. Прогнозирует тенденции развития социальных коммуникаций и использует результаты в научно-исследовательских работах, включая магистерскую, кандидатскую и докторскую диссертации</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру научно-исследовательского аппарата диссертации, - методы прогнозирования тенденций развития социальных коммуникаций, <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формулировать цели и задачи исследования, - определять методы экспериментальной работы в научно-исследовательских проектах, - аргументировать новые идеи в диссертации, - использовать результаты прогноза тенденций развития социальных коммуникаций в научно-исследовательских работах, <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки структуры научно-исследовательского аппарата диссертации, - навыками прогнозирования тенденций развития социальных коммуникаций,
	<p>- педагогическая:</p> <p>ПК-4. Способен осуществлять преподавание по программам</p>	<p>ПК-4.1. Владеет методикой преподавания учебных дисциплин по программам</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методику преподавания учебных дисциплин по программам

	<p>бакалавриата в соответствии с профессиональной квалификацией: преподавание учебных курсов, организация проектной деятельности, разработка учебно-методического обеспечения учебных курсов и практик</p>	<p>бакалавриата, ПК-4.2. Организует проектную деятельность студентов, ПК-4.3. Обеспечивает учебно-методическое сопровождение учебных курсов и практик</p>	<p>бакалавриата, - технологию проектирования в сфере рекламы и связей с общественностью, - основные этапы разработки учебно-методического обеспечения учебных курсов и практик,</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - преподавать учебные дисциплины бакалавриата в соответствии с профессиональной квалификацией, - организовать проектную деятельность студентов, - разрабатывать учебно-методические материалы по учебным курсам и практикам, <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками преподавания учебных дисциплин бакалавриата, - навыками организации проектной деятельности студентов, - навыками разработки учебно-методических материалов по учебным курсам и практикам
--	--	---	--

Содержание и код компетенции	Квалификационные характеристики (признаки профессиональной деятельности на основе п.1.2.1)
<p>УК -1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий</p>	<p>Знать: специфику научного мышления и научной рациональности, критерии научности основные единицы философско-методологического анализа науки, специфику их применения в конкретных областях научного знания строение научного знания, уровни, механизмы и формы его развития</p>

	<p>методы научного исследования</p> <p>Уметь: анализировать проблемную ситуацию, выделяя ее базовые составляющие и связи между ними отличать научные исследования от ненаучных обосновать выбор темы исследования, критически оценивать место выбранной проблематики в предметном исследовательском пространстве критически анализировать научные тексты и выступления, выявлять содержащуюся в них неявную информацию выстраивать, реконструировать и оценивать научную аргументацию оценивать возможные последствия и риски принятых решений вырабатывать стратегию действий, принимать рациональные решения для ее реализации</p> <p>Владеть: методиками постановки цели, определения способов ее достижения, разработки стратегии действий методиками критического анализа информации для повышения эффективности процесса принятия решений приемами ведения дискуссии и полемики, навыками аргументированного изложения собственной точки зрения с использованием системных и междисциплинарных подходов методами оценки последствий и рисков принятых решений и определения путей их устранения</p>
<p>УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>Знать: функциональные области управления проектами методологию управления проектами методы разработки и реализации проектов в профессиональной деятельности этапы жизненного цикла, разработки и реализации проекта об актуальных проблемах, приоритетных задачах развития северных и арктических территорий РФ</p> <p>Уметь: разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной профессиональной проблемы ставить цель и формулировать задачи, связанные с подготовкой и реализацией проекта разрабатывать проект (портфель проектов) с учетом анализа рисков его реализации, определять целевые этапы, основные направления и результаты работ участников проекта управлять проектом (портфелем проектов) на всех этапах жизненного цикла с учетом требований правовых норм, имеющих изменения в проекте, зон ответственности участников проекта организовывать работу команды по реализации проекта в соответствии с планом-графиком организовывать контроль реализации проекта в соответствии с разработанным планом-графиком вносить коррективы в реализации проекта для достижения результатов</p> <p>Владеть: навыками разработки и управления проектами, навыками представления проектов в информационном пространстве</p>
<p>УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды,</p>	<p>Знать: содержание, методы применения и возможности различных стратегий поведения как руководителя командной работы, правила организации и управления командной</p>

<p>вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>работой с учетом социально-психологических особенностей членов команды</p> <p>Уметь: определять свою роль как руководителя в команде анализировать и давать характеристику последствиям (результатам) личных управленческих действий, строить командную стратегию для достижения поставленной цели, разрабатывать план реализации стратегии, делать выводы из позитивных отзывов и критических замечаний коллег и учитывать их при руководстве командной деятельности, учитывать в своей деятельности интересы и особенности поведения членов команды, разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон, создавать рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат при руководстве работой команды, "анализировать эффективность деятельности трудового коллектива как малой социальной группы"</p> <p>Владеть: навыками диагностики и анализа проблем команды, навыками формирования команды, навыками управления командой, эмпирическими методами социальной психологии, умением использовать их на практике руководителя команды</p>
<p>УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>Знать: принципы и содержание академического и профессионального взаимодействия на русском и иностранном языках, основные аспекты деловой документации на русском и иностранном языках для академических и профессиональных целей</p> <p>Уметь: вести устную и письменную деловую и академическую коммуникацию на русском и иностранном языках, выступать с академической и профессиональной презентацией на русском и иностранном языках, структурируя выступление согласно существующим требованиям и сопровождая его наглядным (визуальным) представлением материала, участвовать в ее обсуждении, выполнять полный/выборочный, аннотационный, реферативный письменный перевод академических и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, перевод заголовков собственных статей и их аннотаций с русского на иностранный язык</p> <p>Владеть: навыками академического и профессионального общения в соответствии с потребностями совместной деятельности, используя современные коммуникативные технологии на русском и иностранном языках, навыками составления типовой деловой документации для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языках, навыками представления результатов, организации обсуждения исследовательской и проектной деятельности на русском и иностранном языках</p>
<p>УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>Знать: специфику социокультурных процессов Арктического региона в профессиональной сфере, национально-региональные, этнокультурные религиозные особенности субъектов РФ при решении профессиональных задач</p>

	<p>Уметь: анализировать особенности социокультурного взаимодействия в профессиональной деятельности, внедрять опыт традиционно-инновационной деятельности в профессиональной сфере</p> <p>Владеть: приемами и средствами создания поликультурной среды для межкультурного взаимодействия в ходе решения профессиональных задач</p>
<p>УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>Знать: структуру и тенденции развития профессионального поля, состояние и тенденции развития современного рынка труда приоритетные направления экономического развития РФ, северного и арктического регионов</p> <p>Уметь: анализировать, оценивать и корректировать планы личностного и профессионального развития с учетом имеющихся ресурсов, анализировать и отбирать лучшие практики построения профессиональной деятельности, планировать траектории и стратегию профессионального развития, исходя из запросов профессиональной среды и требований современного рынка труда, анализировать и оценивать возможности реализации личностных качеств, временных и других ресурсов при реализации траектории личностно-профессионального развития на основе принципа образования в течение всей жизни и требования рынка труда, анализировать, критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, корректировать их с учетом динамично изменяющихся требований современного рынка труда и стратегии личного развития</p> <p>Владеть: способами самоопределения в ситуациях выбора на основе собственной позиции, опыта и с учетом имеющихся ресурсов, методами эффективного планирования и организации времени для самосовершенствования, саморегулирования, самореализации</p>
<p>ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>"Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы планирования, основы организации работы, принципы координации процесса создания медиатекстов и коммуникационных продуктов; - технологию создания медиатекстов и коммуникационных продуктов; - логическую структуру, виды и способы аргументации, модели рекламной аргументации; - текущие изменения норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем при подготовке медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать, организовывать, координировать процесс создания медиатекстов и коммуникационных продуктов; - анализировать тенденции развития и запросы рекламной и

	<p>PR-индустрии;</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать медиатексты и коммуникационные продукты; - отслеживать и учитывать изменения норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем при разработке медиатекстов и коммуникационных продуктов; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками планирования, организации, координации процесса создания медиатекстов и коммуникационных продуктов; - навыками анализа тенденций развития и запросов рекламной и PR-индустрии; - способностью создания медиатекстов и коммуникационных продуктов; - информацией об изменениях норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем; <p>"</p>
<p>ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; - методы и приемы анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов; - процедуру проведения медиа-аудита государственных и общественных институтов; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать тенденции развития общественных и государственных институтов; - разносторонне освещать деятельность общественных и государственных институтов в медиатекстах и коммуникационных продуктах; - проводить медиа-аудит общественных и государственных институтов; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов; - навыками проведения медиа-аудита.
<p>ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формы и типы культур, основные культурно-исторические центры и регионы мира, место России в системе мировой культуры; - основные достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности; - систему ценностей мировой и российской культуры; - методы и приемы анализа многообразия достижений отечественной и мировой культуры; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в истории и теории отечественной и мировой художественной культуры; - использовать основные достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания рекламных и PR-текстов, иных коммуникационных продуктов;

	<p>- анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры;</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью ориентироваться в ценностях бытия, жизни, культуры; - способностью ориентироваться в базовых положениях теории отечественной и мировой художественной культуры; - способностью применять для решения творческих задач знания основных достижений отечественной и мировой культуры; - навыками анализа достижений отечественной и мировой культуры;
<p>ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовые способы и средства получения маркетинговой и социологической информации, необходимой для анализа потребностей общества и отдельных аудиторных групп; - методы и приемы анализа запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп; - методы прогнозирования и удовлетворения спроса общества на медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять базовые методы хранения, переработки маркетинговой и социологической информации о потребностях общества и целевых групп; - анализировать данные о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп; - составлять прогноз и удовлетворять спрос общества на медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - информацией о потребностях общества и интересах целевых аудиторий; - навыками анализа данных о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп; - навыками составления прогноза и удовлетворения спроса общества на медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты;
<p>ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - политические, экономические факторы, правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; - актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать правовые и этические нормы в рекламной и PR-деятельности; - учитывать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира в процессе принятия профессиональных решений;

	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира для принятия профессиональных решений; - навыками использования различных источников по праву и этике в регулировании рекламной и PR-деятельности;
<p>ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы современных информационно-коммуникационных технологий; - принципы использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение в профессиональной деятельности; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками решения профессиональных задач с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий.
<p>ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методы и приемы прогнозирования эффектов и последствий профессиональной деятельности; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами и приемами прогнозирования последствий профессиональной деятельности; - принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
<p>- организационно-управленческая: ПК-1: Способен осуществлять управление рекламной и PR-деятельностью в профессиональной сфере, организовать продвижение коммуникационного продукта в официальных СМИ и соцсетях</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности управления рекламной и PR-деятельностью организации, - технологии продвижения коммуникационного продукта в официальных СМИ и соцсетях, <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять управление рекламной и PR-деятельностью организации, - планировать продвижение коммуникационного продукта в официальных СМИ и соцсетях, <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками управления рекламной и PR-деятельностью организации, - навыками продвижения коммуникационного продукта в официальных СМИ и соцсетях
<p>- проектно-аналитическая: ПК-2. Способен планировать и реализовывать рекламные и PR-кампании, создавать, редактировать и размещать рекламные продукты, спичи, PR-тексты, оценивать их</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специфику медиапланирования рекламных и PR-кампаний, - особенности редактирования рекламных и PR-текстов, - методы оценки эффективности рекламных продуктов, PR-текстов, <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать и реализовывать рекламные и PR-кампании,

<p>эффективность.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - редактировать рекламные продукты, спичи, PR-тексты, - оценивать эффективность рекламного продукта, спича, PR-текста, <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками медиапланирования рекламных и PR-кампаний, - навыками создания и редактирования рекламного продукта, спича, PR-текста, - методами оценки эффективности рекламных продуктов, спичей, PR-текстов
<p>- научно-исследовательская: ПК-3. Способен ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, интегрировать знания, формировать суждения, аргументировать выдвижение новых идей, прогнозировать тенденции развития стратегических коммуникаций и применять накопленные знания в написании научно-исследовательских работах, включая магистерские, кандидатские и докторские диссертации.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру научно-исследовательского аппарата диссертации, - методы прогнозирования тенденций развития социальных коммуникаций, <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формулировать цели и задачи исследования, - определять методы экспериментальной работы в научно-исследовательских проектах, - аргументировать новые идеи в диссертации, - использовать результаты прогноза тенденций развития социальных коммуникаций в научно-исследовательских работах, <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки структуры научно-исследовательского аппарата диссертации, - навыками прогнозирования тенденций развития социальных коммуникаций
<p>- педагогическая: ПК-4. Способен осуществлять преподавание по программам бакалавриата в соответствии с профессиональной квалификацией: преподавание учебных курсов, организация проектной деятельности, разработка учебно-методического обеспечения учебных курсов и практик</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методику преподавания учебных дисциплин по программам бакалавриата, - технологию проектирования в сфере рекламы и связей с общественностью, - основные этапы разработки учебно-методического обеспечения учебных курсов и практик, <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - преподавать учебные дисциплины бакалавриата в соответствии с профессиональной квалификацией, - организовать проектную деятельность студентов, - разрабатывать учебно-методические материалы по учебным курсам и практикам, <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками преподавания учебных дисциплин бакалавриата, - навыками организации проектной деятельности студентов, - навыками разработки учебно-методических материалов по учебным курсам и практикам

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. Рабочие программы практик.
- 3.3. Программа государственной итоговой аттестации.
- 3.4. Матрица компетенций
- 3.5. Фонд оценочных средств
- 3.6. Методические материалы
- 3.7. Список основной учебной литературы