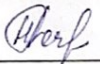


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-ВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ М.К. АММОСОВА»
(СВФУ)

Нормоконтроль проведен
« 22 » апреля 2021 г.
Председатель УМК ФЛФ СВФУ

 / Печетова Н.Ю.

Утверждено
декан ФЛФ СВФУ
 Жондорова Г.Е.

**ОПИСАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
программа бакалавриата**

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

код и наименование направления подготовки/специальности

направленность (профиль)

Реклама и связи с общественностью.

наименование направленности (профиля)

Заочная форма

Якутск - 2021

Состав проектной группы по разработке образовательной программы:

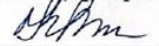
- Корнилова Виктория Викторовна, кандидат педагогических наук, доцент по кафедре рекламы и связей с общественностью, заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью, кафедра рекламы и связей с общественностью, ФЛФ – руководитель проектной группы;

- Виниченко Вера Афанасьевна, кандидат педагогических наук, доцент по кафедре рекламы и связей с общественностью, доцент, кафедра рекламы и связей с общественностью, ФЛФ

Одобрено на заседании выпускающей кафедры рекламы и связей с общественностью

протокол № 11 от «20» апреля 2021 г.

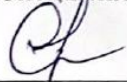
Зав. кафедрой


Корнилова В.В.

Нормоконтроль на уровне учебного подразделения:

ПРОВЕРЕНО

Специалист УМО/деканата

 / Прибылых С.Р.

Сроки/ дата проведения
нормоконтроля

21 апреля 2021 г.

РЕКОМЕНДОВАНО

Учебно-методической комиссией

Председатель УМК

Декан

протокол № 8 от «20» апреля 2021 г.


Печетова Н.Ю.


Жондорова Г.Е.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Описание образовательной программы¹

Код и наименование специальности	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы	Реклама и связи с общественностью
Уровень высшего образования	Бакалавриат
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 - 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 Коллегиальная группа: 1. Чиннова Наталья Викторовна, старший преподаватель по кафедре рекламы и связей с общественностью, старший преподаватель, кафедра рекламы и связей с общественностью, ФЛФ; 2. Виниченко Вера Афанасьевна, кандидат педагогических наук, доцент по кафедре рекламы и связей с общественностью, доцент, кафедра рекламы и связей с общественностью, ФЛФ
Основные характеристики образовательной программы	Форма обучения: заочная Срок освоения: 4 года 10 месяцев Трудоемкость: 240 ЗЕТ Сетевая форма реализации: нет Сведения о применении дистанционных технологий и электронного обучения: - возможность освоения образовательной программы с применением ДОТ и исключительно электронного обучения: да; - возможность освоения части образовательной программы с применением ДОТ и электронного

	обучения: да.
Квалификация, присваиваемая выпускникам	Бакалавр
Основные работодатели	Рекламные агентства и агентства по связям с общественностью, Департаменты и отделы по рекламе и связям с общественностью государственных учреждений и предприятий г. Якутска и Республики Саха (Якутия).
Целевая направленность	Целевая аудитория: лица, имеющие среднее общее или среднее профессиональное образование, успешно прошедшие конкурсный отбор по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Требования к абитуриентам: ориентированность на освоение деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью
Структура программы	Программа состоит из обязательной части и части, формируемой участниками образовательных отношений (далее соответственно – базовая часть и вариативная часть). Программа бакалавриата состоит из следующих блоков: Блок 1 Дисциплины (модули) – 207 з.е., в том числе обязательная часть – 98 з.е., вариативная часть – 109 з.е. Блок 2 Практики – 27 з.е. Блок 3 Государственная итоговая аттестация – 6 з.е. Всего: 240 з.е.
Цели программы	Миссия образовательной программы: Взращивание специалистов, способных комплексно решать профессиональные задачи в области рекламы и связей с общественностью Северо-Востока России. Цель образовательной программы: подготовка востребованных и высококонкурентных специалистов в области общественных коммуникаций, имеющих целостное представление о массовых коммуникациях, владеющих современными технологиями работы различными целевыми группами и обладающих высокой степенью моральной ответственности за результаты профессиональной деятельности
Характеристики профессиональной деятельности	Область профессиональной деятельности выпускников 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии

выпускников	Объекты профессиональной деятельности выпускников: – текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/ группам. общественности. Типы профессиональной деятельности выпускников: – маркетинговый – проектный – технологический – организационный – социально-просветительский – авторский – редакторский Задачи профессиональной деятельности: – проектный - участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; – технологический - участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий; – маркетинговый – продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации – организационный – организация процесса создания коммуникационного продукта – технологический – участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий – социально-просветительский – продвижение социально значимой ценностей с помощью коммуникационного продукта – авторский – осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы/ связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации – редакторский – осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами,
-------------	---

	стандартами, форматами, стилями технологическими требованиями разных каналов коммуникации
Требования профессиональных стандартов (при наличии) или ЕКС	Перечень профессиональных стандартов определен в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриат), анализом рынка труда, консультациями с ведущими работодателями: - профессиональный стандарт «06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный Приказом Минтруда России от 04.09.2014 г. регистрационный номер 535н. Выпускник должен знать основные способы сбора, обработки и анализа информации, организации рекламных и PR-мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ; - профессиональный стандарт «06.013 Специалист по информационным ресурсам», утвержденный Приказом Минтруда России от 12.12.2016 г. регистрационный номер 727н. Выпускник должен знать основные принципы и технологии управления коммуникационными проектами, содержание и методы решения задач по созданию и редактированию рекламного контента, методы разработки web-сайта и способы его продвижения средствами рекламы и связей с общественностью, приемы проведения web-аналитики с помощью маркетинговых исследований и ситуационного анализа, особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем и социальных медиа; - профессиональный стандарт «06.043 Специалист по Интернет-маркетингу», утвержденный Приказом Минтруда России от 19.02.2019 г. регистрационный номер 95н. Выпускник должен: анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" общей маркетинговой стратегии организации, обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке, знать и внедрять стратегию продвижения продукта с

	помощью эффективных средств рекламы и связей с общественностью.
Требования к результатам освоения программы (в соответствии с актуализированным 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 универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции. Выпускник должен обладать следующими универсальными компетенциями (УК): - УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач - УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений -УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде -УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах) -УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах -УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни -УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности - УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций Выпускник должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК): - ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем - ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития

	общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах - ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов - ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности - ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования - ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии - ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК): - ПК-1 маркетинговая: способен продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации - ПК-2 проектная: способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью - ПК-3: технологическая: способен участвовать в производственном процессе выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий - ПК-4: организационная: способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта - ПК-5: социально-просветительская: способен продвигать социально значимые ценности с помощью рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта
--	---

	- ПК-6: авторская: способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации - ПК-7: редакторская: способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации
Дисциплины (модули)	Блок 1 Обязательная часть Б1.О.01 Философия Б1.О.02 История (история России, всеобщая история) Б1.О.03 Иностранный язык Б1.О.04 Безопасность жизнедеятельности Б1.О.05 Физическая культура и спорт Б1.О.06 Русский язык и культура речи Б1.О.07 Основы права Б1.О.08 Экономика Б1.О.09 Социальная психология Б1.О.10 Введение в сквозные цифровые технологии Б1.О.11 Основы проектной деятельности Б1.О.12 Основы учебной, научно-исследовательской деятельности Б1.О.13 Введение в коммуникационные специальности Б1.О.14 Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации Б1.О.15 Теория и практика рекламы Б1.О.16 Теория и практика связей с общественностью Б1.О.17 Теория и практика медиакommunikаций Б1.О.18 Теория и практика массовой информации Б1.О.19 Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью Б1.О.20 Правовое регулирование связей с общественностью и рекламе Б1.О.21 Профессиональная этика связей с общественностью и рекламы Б1.О.22 Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе Б1.О.23 Социология рекламы и связей с общественностью Б1.О.24 Психология рекламы и связей с общественностью

	Б1.О.25 Организация и проведение коммуникационных кампаний Б1.О.26 Менеджмент в рекламе и связях с общественностью Б1.О.27 История рекламы и связей с общественностью Б1.О.28 Маркетинг в рекламе и связях с общественностью Б1.О.29 Организация рекламных и PR-агентств Б1.О.30 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Б1.О.31 Реклама и связи с общественностью в глобальном информационном пространстве Б1.О.32 Реклама и связи с общественностью в государственных структурах Б1.О.33 Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях Б1.О.34 Медиапланирование Б1.О.35 Организация работы в PR-отделах и пресс-центрах Б1.О.36 Организация коммуникационных мероприятий Б1.О.37 Имиджелогия Б1.О.38 Реклама и связи с общественностью в политике Б1.О.39 Креативные технологии в рекламе Б1.О.40 Креативные технологии в PR Б1.О.41 Брендинг и фирменный стиль Б1.О.42 Кризисные технологии Б1.О.43 Реклама и связи с общественностью в бизнесе Часть, формируемая участниками образовательных отношений Б1.В.01 Культурология Б1.В.02 Тайм-менеджмент Б1.В.03 Язык и стиль рекламы Б1.В.04 Основы копирайтинга Б1.В.ДВ.01 Элективные дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 Элективные дисциплины по физической культуре и спорту Б1.В.ДВ.02 Элективные дисциплины Б1.В.ДВ.02.01 Введение в межкультурную коммуникацию Б1.В.ДВ.02.02 Этноконфликтология Б1.В.ДВ.02.03 Геокультурное пространство Арктики Б1.В.ДВ.02.04 Якутский язык в профессиональной деятельности Б1.В.ДВ.02.05 Коммуникативный курс якутского языка
--	---

	Б1.В.ДВ.02.06 Разговорный якутский язык Б1.В.ДВ.02.07 Культура и традиции народов Северо-Востока РФ Б1.В.ДВ.02.08 Культурные индустрии Севера Б1.В.ДВ.02.09 Арктическое кино Б1.В.ДВ.02.10 Семиотика культуры Б1.В.ДВ.02.11 Этническая психология Б1.В.ДВ.02.12 Психология межкультурного общения Б1.В.ДВ.02.13 Русская литература и художественная культура Б1.В.ДВ.02.14 Патриотическая литература России Б1.В.ДВ.02.15 Основы экологии и охраны природы Арктики Б1.В.ДВ.02.16 Экология Якутии Б1.В.ДВ.02.17 Общая и промышленная экология Севера Б1.В.ДВ.02.18 Экологическая безопасность территорий циркумполярного мира Б1.В.ДВ.03 Элективные дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 Деловой иностранный язык Б1.В.ДВ.03.02 Риторика Б1.В.ДВ.03.03 Язык делопроизводства Б1.В.ДВ.03.04 Коммуникативный курс японского языка Б1.В.ДВ.03.05 Коммуникативный курс китайского языка Б1.В.ДВ.03.06 Коммуникативный курс корейского языка Б1.В.ДВ.03.07 Коммуникативный курс английского языка Б1.В.ДВ.03.08 Коммуникативный курс русского языка (для иностранных языков) Б1.В.ДВ.03.09 Профессионально ориентированный перевод Б1.В.ДВ.03.10 Качество и уровень жизни населения циркумполярных регионов мира Б1.В.ДВ.03.11 Введение в циркумполярное регионоведение Б1.В.ДВ.03.12 Геосоциальное пространство Севера Б1.В.ДВ.04 Элективные дисциплины Б1.В.ДВ.04.01 Тренинг делового общения Б1.В.ДВ.04.02 Основы делопроизводства Б1.В.ДВ.04.03 Блоггинг Б1.В.ДВ.05 Элективные дисциплины Б1.В.ДВ.05.01 Современные международные
--	---

	отношения Б1.В.ДВ.05.02 Семиотика рекламного текста Б1.В.ДВ.06 Элективные дисциплины Б1.В.ДВ.06.01 Основы разработки и технологии производства рекламного продукта Б1.В.ДВ.06.02 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта Б1.В.ДВ.07 Элективные дисциплины Б1.В.ДВ.07.01 SMM-продвижение Б1.В.ДВ.07.02 Основы стратегических коммуникаций Б1.В.ДВ.08 Элективные дисциплины Б1.В.ДВ.08.01 Сторителлинг Б1.В.ДВ.08.02 Реклама и связи с общественностью в индустрии развлечений Блок 2. Практика Обязательная часть Б2.О.01(У) Учебная профессионально-ознакомительная практика Б2.О.02(П) Производственная профессионально-творческая практика Б2.О.03(П) Производственная преддипломная практика Блок 3 Государственная итоговая аттестация Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы ФТД Факультативные дисциплины ФТД.01 Факультатив
Практики	Блок 2 Практика Обязательная часть Б2.О.01(У) Учебная профессионально-ознакомительная практика Б2.О.02(П) Производственная профессионально-творческая практика Б2.О.03(П) Производственная преддипломная практика
Государственная итоговая аттестация	Блок 3 Государственная итоговая аттестация Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и Государственная итоговая аттестация включает: – выполнение и защиту выпускной квалификационной работы. Государственная итоговая аттестация выпускника является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном

	объеме.
Практическая подготовка	Образовательная деятельность в форме практической подготовки организована при реализации следующих практик, предусмотренных учебным планом: 1. Б2.О.01(У) Учебная профессионально-ознакомительная практика 2. Б2.О.02(П) Производственная профессионально-творческая практика 3. Б2.О.03(П) Производственная преддипломная практика Реализация практик проводится в форме осуществления профессиональной деятельности студентов на производстве
Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации образовательной программы	На основании 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): Квалификация педагогических работников соответствует квалификационным требованиям, указанным в квалификационном справочнике и (или) профессиональным стандартам (при наличии). Не менее 70 % численности педагогических работников, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых к реализации программы на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям) ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля), составляет 100 %, что соответствует требованию ФГОС не менее 70 %. Не менее 5 % численности педагогических работников, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых к реализации программы 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), составляет 8 %, что соответствует требованию ФГОС

	- не менее 5 %. Не менее 60 % численности педагогических работников, привлекаемых к образовательной деятельности на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).
Электронно-библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда	При реализации программы бакалавриата 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.
Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение	СВФУ располагает материально-технической базой, учебно-методическим обеспечением, необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения и электронными библиотечными системами. Библиотечный фонд СВФУ укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляров каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик.
Ведущие преподаватели	- Корнилова Виктория Викторовна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью, филологический факультет СВФУ; - Виниченко Вера Афанасьевна, кандидат

	педагогических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, филологический факультет; - Карнаухова Алена Амировна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, филологический факультет; - Сальникова Оксана Михайловна – кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, филологический факультет; - Чиннова Наталья Викторовна, старший преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью, филологический факультет; - Артамонова Надежда Петровна, старший преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью, филологический факультет.
Перечень вступительных испытаний	Русский язык Обществознание История
Контакты	Руководитель программы: Корнилова В.В. – сот.тел.: 8-924-763-44-99, e-mail v.kornilova@mail.ru Адрес: г. Якутск, ул. Кулаковского, 42, каб.210

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

1.2.1. Характеристики обобщенных трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт «06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», к выполнению которых готовится выпускник программы бакалавриата

ОТФ

Организация продвижения продукции СМИ

Трудовые функции:

Код В01/6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ

Код В03/6 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ

Код В04/6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ

Выпускник должен знать (необходимые знания):

Код В01/6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ

Гражданское законодательство Российской Федерации

Маркетинговые технологии

Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации

Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность

Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности

Код В03/6 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ

Гражданское законодательство Российской Федерации

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

Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок

Код В04/6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ

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

Выпускник должен уметь (необходимые умения):

Код В01/6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ

Использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты

Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа

Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)

Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров

Выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей

Составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования

Код В03/6 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ

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

Код В04/6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ

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

Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров

Выпускник должен владеть следующими практическими навыками (трудовые действия):

Код В01/6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ

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

Код В03/6 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ

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 предвидения 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

Код В04/6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ

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

Характеристики обобщенных трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт «06.013 Специалист по информационным ресурсам», к выполнению которых готовится выпускник программы бакалавриата

ОТФ

Управление (менеджмент) информационными ресурсами

Трудовые функции:

Код С/01.6 Организация работ по созданию и редактированию контента

Код С/07.6 Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта

Выпускник должен знать (необходимые знания):

Код С/01.6 Организация работ по созданию и редактированию контента

Основные принципы и технологии управления проектами

Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента

Основы менеджмента

Код С/07.6 Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта

Основные процессы и методы разработки web-сайта

Основные понятия поисковой оптимизации

Выпускник должен уметь (необходимые умения):

Код С/01.6 Организация работ по созданию и редактированию контента

Составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость, выполнение в зависимости от квалификации

Работать с большими объемами информации

Вести документацию по проектам и работам

Код С/07.6 Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта

Формулировать требования к структуре и сервисам web-сайта

Моделировать (описывать) бизнес-процессы

Тестировать функциональность сайта

Выпускник должен владеть следующими практическими навыками (трудовые действия):

Код С/01.6 Организация работ по созданию и редактированию контента

Планировать работу по наполнению сайта

Подготавливать задания для исполнителей

Распределять работы по созданию и редактированию контента

Координировать работу по созданию и редактированию контента

Проводить мониторинг и оценку результатов выполнения работ, формулировать замечания

Документировать сведения о процессах и результатах выполнения работ различными исполнителями

Код С/07.6 Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта

Внутренняя поисковая оптимизация информационных ресурсов

Формировать предложения по развитию сайта

Поддерживать процессы проектирования и анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания web-сайта

Поддержание процессов разработки и тестирования новой функциональности web-сайта, систем управления контентом

Поддержание процессов опытной эксплуатации web-сайтов

Характеристики обобщенных трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт «06.043 Специалист по Интернет-маркетингу», к выполнению которых готовится выпускник программы бакалавриата

ОТФ

Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Трудовые функции:

Код I/01.6 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Код I/02.6 Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Выпускник должен знать (необходимые знания):

Код I/01.6 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Основы предпринимательской деятельности

Основы маркетинга

Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)

Основы бюджетирования маркетинговой деятельности

Система инструментов интернет-маркетинга

Проектирование веб-сайтов

Основы веб-дизайна

Основы гипертекстовой разметки

Порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин

Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов

Особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем

Особенности функционирования современных социальных медиа

Код I/02.6 Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Принципы и методы проведения деловых переговоров

Основы эффективной коммуникации

Современные правила и стандарты составления технической документации

Выпускник должен уметь (необходимые умения):

Код I/01.6 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Составлять систему показателей эффективности продвижения

Анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" общей маркетинговой стратегии организации

Обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке

Код I/02.6 Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Согласование показателей эффективности и стратегии продвижения с заказчиком

Формирование бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Распределение бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" между различными каналами продвижения

Выпускник должен владеть следующими практическими навыками (трудовые действия):

Код I/01.6 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Разработка показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Составление стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Код I/02.6 Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Обосновывать свою точку зрения

Проводить переговоры

Составлять аналитические записки

Использовать профессиональные системы, программы и сервисы для формирования бюджета

ОТФ

Управление реализацией стратегии интернет-продвижения

Трудовые функции:

Код J/02.6 Организация и проведение электронных рассылок

Выпускник должен знать (необходимые знания):

Код J/02.6 Организация и проведение электронных рассылок

Принципы и правила копирайтинга и веб-райтинга

Методы обработки текстовой и графической информации

Особенности организации и проведения электронных рассылок

Программы и сервисы проведения электронных рассылок

Основы гипертекстовой разметки

Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов

Методы обработки текстовой информации

Основы письменной коммуникации

Выпускник должен уметь (необходимые умения):

Код J/02.6 Организация и проведение электронных рассылок

Использовать профессиональные программы и сервисы для организации электронных рассылок

Разрабатывать технические задания на подготовку текстовых и графических материалов для использования в электронных рассылках Составлять алгоритмы анализа эффективности проводимых рассылок

Выпускник должен владеть следующими практическими навыками (трудовые действия):

Код J/02.6 Организация и проведение электронных рассылок

Составление плана электронных рассылок Подбор площадки для проведения почтовой рассылки

Составление технического задания на подготовку текста почтовой рассылки

Организация работ по рассылке электронных писем: составление письма, корректировка письма, выбор программы для рассылки, сбор контактов для рассылки, рассылка, сбор результатов по доставленным письмам

Анализ показателей эффективности электронной рассылки

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 мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК 1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК 1.2 Обосновывает выбор метода поиска и анализа информации для решения поставленной задачи УК 1.3. При обработке информации формирует собственные мнения и суждения на основе системного анализа, аргументирует свои выводы и точку зрения УК 1.4. Предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Знать: - особенности системного и критического мышления; - методы постановки и решения задач; - правила доказательства и опровержения суждений в научной, профессиональной и повседневной практике; уметь: - выбирать информационные ресурсы для поиска информации в соответствии с поставленной задачей; - оценивать соответствие выбранного информационного ресурса критериям полноты и аутентичности; - систематизировать обнаруженную информацию в соответствии с требованиями и условиями поставленной задач; - находить, критически

			анализировать и контекстно обрабатывать информацию, необходимую для решения поставленной задачи; - применять философский и общенаучный понятийный аппарат и методы в профессиональной деятельности; владеть: - методами поиска, критического анализа и синтеза информации; - методом системного подхода для решения поставленных задач; - навыками аргументации выводов и суждений, в том числе с применением философского понятийного аппарата
Разработка и реализация проектов	и УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК 2.1 Выявляет и описывает проблему УК 2.1 Определяет цель и круг задач УК 2.3 Предлагает и обосновывает способы решения поставленных задач УК 2.4 Устанавливает и обосновывает ожидаемые результаты УК 2.5 Разрабатывает план на основе имеющихся ресурсов в рамках действующих правовых норм УК 2.6 Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при	знать: - о правах человека и гражданина, их защите, о требованиях противодействия терроризму, экстремизму и коррупции; - о правовых и экономических основах разработки и реализации проектов; - технологию проектной деятельности; - региональные особенности северных и арктических территорий РФ в рамках проектных задач; уметь: - разрабатывать и

		необходимости корректирует способы решения задач УК 2.7 Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования	применять алгоритм достижения поставленной цели; - выявлять оптимальный способ решения задачи; - рационально распределять время по этапам решения проектных задач; - оформлять проект в виде документа в соответствии со стандартами; - достигать результативности проекта; владеть: - правилами разработки проектов; - навыками работы с правовыми и нормативными документами, применяемыми в профессиональной деятельности.
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели УК-3.2 Учитывает особенности поведения и интересы других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе УК-3.3 Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и строит продуктивную совместную	Знать: - особенности социального взаимодействия в современном обществе; - основные понятия социализации, механизмы, этапы, институты социализации; Уметь: - определять свою роль в команде при выполнении поставленных перед группой задач; - давать характеристику последствиям (результатам) личных действий для достижения командного результата;

		деятельность УК-3.4 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды УК-3.5 Соблюдает нормы и установленные правила командной работы, несет личную ответственность за результат	- вносить предложения в виде последовательных шагов (дорожной карты) команды для достижения заданного результата; - взаимодействовать со всеми членами команды, используя возможности обмена информацией и различных стратегий поведения; - формулировать, высказывать и обосновывать свое мнение в процессе обсуждения командной деятельности; - работать в команде, исходя из требований этических и профессиональных норм и правил совместной деятельности, а также особенностей поведения групп людей, с которыми осуществляется совместная деятельность Владеть: - навыками самостоятельного анализа социально-психологических явлений общественной жизни; - навыками выявления специфических особенностей; - представителей различных групп; - навыками эффективной коммуникации в обществе; - методами выявления социально-
--	--	---	--

			психологических особенностей и особенностей поведения членов команды
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном языках коммуникативно приемлемые стили общения с учетом требований современного этикета УК-4.2 Осуществляет устное и письменное взаимодействие на государственном языке РФ в научной, деловой, публичной сферах общения УК-4.3 Осуществляет устное и письменное взаимодействие на государственном РФ и иностранном языках в деловой, публичной сферах общения УК-4.4 Выполняет перевод публицистических и профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на русский, с русского языка на иностранный(ые) УК-4.5 Публично выступает на государственном языке РФ, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения УК-4.6 Осуществляет устную коммуникацию на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах) в разных сферах общения	Знать: - в диапазоне общеевропейских уровней B1-B2; - основные понятия культуры речи, риторики, функциональной стилистики; языковые нормы, стилистическую дифференциацию государственного языка РФ; - основные стили и жанры письменной и устной деловой коммуникации; - технологию осуществления перевода как инструмента межкультурной деловой и профессиональной коммуникации Уметь: - использовать необходимые и невербальные средства общения для решения стандартных задач делового общения на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах); - выполнять полный и выборочный письменный перевод профессионально значимых текстов с иностранного(ых) языка(ов) на русский, с русского на

			иностранн(ые) язык(и); Владеть: - навыками составления текстов коммуникативно приемлемых стилей и жанров устного и письменного делового общения, вербальными и невербальными средствами взаимодействия с партнерами; - навыками ведения устной и письменной деловой коммуникации, учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные различия на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах); - навыками перевода публицистических и профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранн(ые) язык(и); - навыками публичного выступления на государственном языке РФ
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества	УК-5.1 Понимает место России в мировой истории, интерпретирует общее	Знать: - основные этапы и события отечественной и

	в социально-историческом, этическом и философском контекстах	и особенное в историческом развитии России УК-5.2 Осознает историчность и контекстуальность социальных феноменов, явлений и процессов УК-5.3 Имеет представление о социально значимых проблемах, явлениях и процессах УК-5.4 Демонстрирует навык сознательного выбора ценностных ориентиров, формирует и отстаивает гражданскую позицию УК-5.5 Проявляет разумное и уважительное отношение к многообразию культурных форм самоопределения человека, к историческому наследию, культурным и религиозным традициям народов и социальных групп УК-5.6 Проявляет толерантное отношение к многообразию культурных форм самоопределения человека, к историческому наследию, культурным и религиозным традициям народов и социальных групп	мировой истории в их взаимосвязи; - этические, культурные, религиозные и социально-политические особенности российского общества и современного мира; - важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического и политического развития; - основы толерантного взаимодействия в межкультурном общении; - многообразие культурных форм, историческое наследие, культурные и религиозные традиции народов и социальных групп; - основные понятия и термины в сфере профессиональной деятельности на государственном (якутском) языке РС(Я) Уметь: - определять общее и особенное в историческом развитии России и мировом историческом процессе; - использовать исторические, общенаучные и философские знания в решении профессиональных задач; - выявлять роль
--	---	---	--

			аксиологических оснований в культурном опыте индивида и социума; - отстаивать гражданскую позицию при решении социальных и политических проблем; Владеть: - приемами поиска и анализа источников и информации в социально-историческом, этическом и философском дискурсах; - навыками научного анализа социально значимых проблем и явлений; - навыками сознательного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции; - навыками толерантного отношения к многообразию культурных форм самоопределения человека, к историческому наследию, культурным и религиозным традициям народов и социальных групп
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК 6.1 Обосновывает выбор инструментов и методов рационального управления временем при выполнении конкретных задач при достижении поставленных целей УК 6.2 Определяет и обосновывает	знать: - содержание принципов самоорганизации, саморазвития, образования в течение всей жизни; - личностные особенности для реализации траектории

		траекторию саморазвития и профессионального роста УК 6.3 Оценивает приоритеты собственной деятельности и определяет стратегию профессионального развития УК 6.4 Определяет план реализации траектории саморазвития в соответствии с выбранной стратегией профессионального роста на основе принципов образования в течение всей жизни	саморазвития и выбранной стратегии профессионального роста; - приоритетные направления экономического развития РФ, северного и арктического регионов; уметь: - оценивать личностные особенности и собственные ресурсы для решения задач саморазвития и профессионального роста; - планировать ближайшие и перспективные цели деятельности с учетом внутренних и внешних условий, требований современного рынка труда; - определять траекторию саморазвития и профессионального роста ; - выстраивать этапы реализации траектории личностно- профессионального развития на основе принципа образования в течение всей жизни и требований рынка труда; - анализировать и критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач;
--	--	--	---

			владеть: - методикой анализа и оценки личностно-профессионального развития; - методами эффективного планирования и организации времени; - способами реализации траектории саморазвития и профессионального роста
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1 Обосновывает выбор здоровьесберегающей технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности УК-7.2 Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности УК-7.3 Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности УК-7.4 Устанавливает соответствие выбранных средств и методов укрепления здоровья, физического самосовершенствования показателям уровня физической подготовленности	Знать: - определение и составляющие компоненты здорового образа жизни; - особенности использования средств физической культуры для поддержания уровня физической подготовленности и укрепления здоровья; - требования и нормативы Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса ГТО; - факторы, формирующие здоровье человека; - основы профилактики болезней, факторы риска хронических заболеваний Уметь: - использовать средства физической культуры для оптимизации работоспособности и укрепления здоровья; - выбирать доступные и оптимальные

		УК-7.5 Определяет готовность к выполнению нормативных требований Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса ГТО	методики для поддержания уровня физической подготовленности и укрепления здоровья; - грамотно пользоваться полученными знаниями о путях и средствах коррекции факторов риска, наносящих ущерб здоровью; Владеть: - методикой выполнения физических упражнений и самоконтроля за состоянием своего здоровья; - техникой выполнения нормативов Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса ГТО (по ступеням); - двигательными навыками, повышающими функциональные возможности и физическую подготовленность для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Безопасность жизнедеятельности и	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	УК-8.1 Анализирует факторы вредного влияния элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений) УК-8.2	Знать: - законодательную базу безопасности жизнедеятельности Российской Федерации - таксономию опасности; - классификацию опасных и вредных факторов,

		Идентифицирует опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой деятельности УК-8.3 Выявляет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте УК-8.4 предлагает мероприятия по обеспечению безопасных условий жизнедеятельности, в том числе предотвращению чрезвычайных ситуаций УК-8.5 Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях	действующих на рабочем месте; - классификацию и области применения индивидуальных и коллективных средств защиты; - правила техники безопасности при работе в своей области; - требования противодействия терроризму и экстремизму и коррупции Уметь: - снижать воздействие вредных и опасных факторов на рабочем месте в своей области, в том числе с применением индивидуальных и коллективных средств защиты; - предпринимать действия при возникновении угрозы возникновения чрезвычайной ситуации; - планировать мероприятия по обеспечению безопасных условий жизнедеятельности, в том числе предотвращению чрезвычайных ситуаций Владеть: - методами выявления и устранения нарушений техники безопасности на рабочем месте; - первичными приемами оказания первой помощи в различных ситуациях; - навыками
--	--	---	--

			организации мероприятий по предупреждению негативных факторов при различных чрезвычайных ситуациях
	ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-1.3. Разрабатывает актуальные медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты в соответствии с текущими запросами и потребностями общества и профессиональной индустрии	Знать: - технологию создания медиатекстов и коммуникационных продуктов; - логическую структуру, виды и способы аргументации, модели рекламной аргументации в процессе создания медиатекстов и коммуникационных продуктов; - специфику использования норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем при подготовке медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; - основные запросы и потребности общества и профессиональной индустрии; Уметь: - использовать методы создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; - использовать нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем в разработке медиатекстов,

			медиапродуктов и коммуникационных продуктов; - создавать актуальные для общества и индустрии медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты; Владеть: - навыками создания актуальных для общества, рекламной и PR-индустрии медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; - нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов ОПК-2.3. Осуществляет разностороннее освещение деятельности общественных и государственных институтов в рекламных и PR-текстах	Знать: - систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; - процедуру проведения медиа-аудита государственных и общественных институтов; Уметь: - разносторонне освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах, медиапродуктах, коммуникационных продуктах; - проводить медиа-аудит общественных и государственных

			институтов; Владеть: - информацией о тенденциях развития общественных и государственных институтов; - методологией проведения медиа-аудита
	ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. ОПК-3.3. Разрабатывает медиатексты, медиапродукты и коммуникационных продукты с ориентацией на систему ценностей мировой и российской культуры	Знать: - 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 Уметь: - ориентироваться в истории и теории отечественной и мировой художественной культуры; - использовать основные достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью или иных коммуникационных продуктов; Владеть: - способностью ориентироваться в

			базовых положениях теории отечественной и мировой художественной культуры; - способностью применять для решения творческих задач
	ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов ОПК-4.3. Учитывает актуальные запросы и потребности общества и целевых аудиторий в профессиональной деятельности	Знать: - базовые способы и средства получения маркетинговой и социологической информации для анализа запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп; - запросы и потребности общества и аудитории; Уметь: - применять базовые методы хранения, переработки маркетинговой и социологической информации о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп; - учитывать основные характеристики целевой аудитории в профессиональной деятельности; Владеть: - информацией о запросах и потребностях общества и аудитории; - способностью использовать данные о запросах и потребностях общества и аудитории в профессиональной деятельности
	ОПК-5 Способен	ОПК-5.1. Знает	Знать:

	учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы ОПК-5.3. Знает основные тенденции развития и функционирования различных медиакоммуникационных систем	- основные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; - политические, экономические факторы, правовые и этические нормы, регулирующие медиакоммуникационные системы на глобальном, национальном и региональном уровнях; Уметь: - применять правовые и этические нормы в рекламной деятельности и в сфере связей с общественностью; - учитывать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования; Владеть: - навыками использования различных источников информации по праву и этике для регулирования рекламной и PR-деятельности; - способностью учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира
	ОПК-6 Способен	ОПК-6.1. Отбирает для	Знать:

	использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов ОПК-6.3. Использует для решения профессиональных задач современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	- 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 задач с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий
	ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств, приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами,	Знать: - принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; Уметь: - применять методы и приемы прогнозирования эффектов и последствий профессиональной деятельности; Владеть: - методами и приемами прогнозирования

		принятым профессиональным сообществом ОПК-7.3. Способен составить прогноз развития последствий своей профессиональной деятельности	последствий профессиональной деятельности; - принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
Маркетинговая	ПК-1 способен продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-1.1. Участвует в создании коммуникационного продукта организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций ПК-1.2. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с целевыми группами ПК-1.3. Осуществляет взаимодействие с различными целевыми группами в онлайн и офлайн среде	Знать - продвижение коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации; Уметь - осуществлять продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации Владеть - технологией продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации
Проектная	ПК-2 способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-2.1. Реализует типовые алгоритмы проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-2.3. Использует	Знать - структуру проектирования индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и особенности его продвижения Уметь - разрабатывать

		результаты исследований для планирования проектов при создании коммуникационного продукта	индивидуальный и (или) коллективный проект в сфере рекламы и связей с общественностью и осуществлять его продвижение Владеть - навыками реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и способами его продвижения
Технологическая	ПК-3: способен участвовать в производственном процессе выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий	ПК-3.1. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта ПК-3.2. Использует для реализации коммуникационного продукта технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и оффлайн среде ПК-3.3. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Знать - производственный процесс выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий Уметь - производить, обрабатывать и готовить к публичному распространению продукцию средств массовой информации и коммуникационные продукты с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий Владеть - навыками создания и последующего распространения продукции средств массовой информации

			и коммуникационных продуктов с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий
Организаторская	ПК-4: способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта	ПК-4.1. Создает информационные поводы в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом поставленных задач ПК-4.2. Разрабатывает псевдособытия для создания коммуникационного продукта ПК-4.3. Применяет инструменты продвижения коммуникационного продукта организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	Знать - организацию процесса создания коммуникационного продукта Уметь - подготовить к публичному распространению коммуникационных продуктов Владеть - навыками организации процесса создания коммуникационных продуктов
Социально-просветительская	ПК-5: способен продвигать социально значимые ценности с помощью рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта	ПК-5.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-5.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности ПК-5.3. Опирается на миссию и философию организации при	Знать - процесс продвижения социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов Уметь - осуществлять продвижение социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов Владеть - навыками

		разработке специальных мероприятий с помощью рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта	продвижения социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов
Авторская	ПК-6: способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	ПК-6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-6.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПК-6.3. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	Знать - процесс осуществления авторской деятельности по созданию текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта - специфику разных каналов коммуникации Уметь - осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта - создавать инфоповоды для проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть - навыками копирайтинга и последующего распространения текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта
Редакторская	ПК-7: способен осуществлять	ПК-7.1. Осуществляет редактирование	Знать - процесс

	редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации	текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-7.2 Использует основные технологии цифровых коммуникаций для редактирования текстов рекламы и связей с общественностью ПК-7.3. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	осуществления редакторской деятельности в области рекламы, связей с общественностью - технологические требования разных каналов коммуникации Уметь - осуществлять редакторскую деятельность - использовать основные технологии цифровых коммуникаций для редактирования текстов рекламы и связей с общественностью Владеть - навыками редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями
--	--	---	---

Содержание и код компетенции	Квалификационные характеристики (признаки профессиональной деятельности на основе п.1.2.1)
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Знает особенности системного и критического мышления; методы постановки и решения задач; правила доказательства и опровержения суждений в научной, профессиональной и повседневной практике. Готов выбирать информационные ресурсы для поиска информации в соответствии с поставленной задачей; оценивать соответствие выбранного информационного ресурса критериям полноты и аутентичности; систематизировать обнаруженную информацию в соответствии с требованиями и условиями поставленной задач; находить, критически анализировать и контекстно обрабатывать информацию, необходимую для решения поставленной задачи; применять философский и общенаучный понятийный аппарат и методы в профессиональной деятельности. Способен применить методы поиска, критического анализа и синтеза информации; методы системного подхода для решения поставленных задач; навыки аргументации выводов

	и суждений, в том числе с применением философского понятийного аппарата
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знает о правах человека и гражданина, их защите, о требованиях противодействия терроризму, экстремизму и коррупции; о правовых и экономических основах разработки и реализации проектов; технологию проектной деятельности; региональные особенности северных и арктических территорий РФ в рамках проектных задач. Готов разрабатывать и применять алгоритм достижения поставленной цели; выявлять оптимальный способ решения задачи; рационально распределять время по этапам решения проектных задач; оформлять проект в виде документа в соответствии со стандартами; достигать результативности проекта. Способен владеть правилами разработки проектов; навыками работы с правовыми и нормативными документами, применяемыми в профессиональной деятельности.
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает особенности социального взаимодействия в современном обществе; основные понятия социализации, механизмы, этапы, институты социализации. Готов определять свою роль в команде при выполнении поставленных перед группой задач; давать характеристику последствиям (результатам) личных действий для достижения командного результата; вносить предложения в виде последовательных шагов (дорожной карты) команды для достижения заданного результата; взаимодействовать со всеми членами команды, используя возможности обмена информацией и различных стратегий поведения; формулировать, высказывать и обосновывать свое мнение в процессе обсуждения командной деятельности; работать в команде, исходя из требований этических и профессиональных норм и правил совместной деятельности, а также особенностей поведения групп людей, с которыми осуществляется совместная деятельность. Способен владеть навыками самостоятельного анализа социально-психологических явлений общественной жизни; навыками выявления специфических особенностей представителей различных групп; навыками эффективной коммуникации в обществе; методами выявления социально-психологических особенностей и особенностей поведения членов команды
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	Знать основные понятия культуры речи, риторики, функциональной стилистики; языковые нормы, стилистическую дифференциацию государственного языка РФ; основные стили и жанры письменной и устной деловой коммуникации; технологию осуществления перевода как инструмента межкультурной деловой и профессиональной коммуникации. Готов использовать необходимые вербальные и невербальные средства общения для решения стандартных задач делового общения на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах); выполнять полный и выборочный письменный

	перевод профессионально значимых текстов с иностранного(ых) языка(ов) на русский, с русского на иностранный(ые) язык(и). Способен владеть навыками составления текстов коммуникативно приемлемых стилей и жанров устного и письменного делового общения, вербальными и невербальными средствами взаимодействия с партнерами; навыками ведения устной и письменной деловой коммуникации, учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные различия на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах); навыками перевода публицистических и профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный(ые) язык(и); навыками публичного выступления на государственном языке РФ
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знает основные этапы и события отечественной и мировой истории в их взаимосвязи; этнические, культурные, религиозные и социально-политические особенности российского общества и современного мира; важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического и политического развития; основы толерантного взаимодействия в межкультурном общении; многообразие культурных форм, историческое наследие, культурные и религиозные традиции народов и социальных групп; основные понятия и термины в сфере профессиональной деятельности на государственном (якутском) языке РС(Я). Готов определять общее и особенное в историческом развитии России и мировом историческом процессе; использовать исторические, общенаучные и философские знания в решении профессиональных задач; выявлять роль аксиологических оснований в культурном опыте индивида и социума; отстаивать гражданскую позицию при решении социальных и политических проблем. Способен владеть приемами поиска и анализа источников и информации в социально-историческом, этическом и философском дискурсах; навыками научного анализа социально значимых проблем и явлений; навыками сознательного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции; навыками толерантного отношения к многообразию культурных форм самоопределения человека, к историческому наследию, культурным и религиозным традициям народов и социальных групп
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знает содержание принципов самоорганизации, саморазвития, образования в течение всей жизни; личностные особенности для реализации траектории саморазвития и выбранной стратегии профессионального роста; приоритетные направления экономического развития РФ, северного и арктического регионов. Готов оценивать личностные особенности и собственные ресурсы для решения задач саморазвития и

	профессионального роста; планировать ближайшие и перспективные цели деятельности с учетом внутренних и внешних условий, требований современного рынка труда; определять траекторию саморазвития и профессионального роста; выстраивать этапы реализации траектории личностно-профессионального развития на основе принципа образования в течение всей жизни и требований рынка труда; анализировать и критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач. Способен владеть методикой анализа и оценки личностно-профессионального развития; методами эффективного планирования и организации времени; способами реализации траектории саморазвития и профессионального роста
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Знает определение и составляющие компоненты здорового образа жизни; особенности использования средств физической культуры для поддержания уровня физической подготовленности и укрепления здоровья; требования и нормативы Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса ГТО; факторы, формирующие здоровье человека; основы профилактики болезней, факторы риска хронических заболеваний. Готов использовать средства физической культуры для оптимизации работоспособности и укрепления здоровья; выбирать доступные и оптимальные методики для поддержания уровня физической подготовленности и укрепления здоровья; грамотно пользоваться полученными знаниями о путях и средствах коррекции факторов риска, наносящих ущерб здоровью;. Готов владеть методикой выполнения физических упражнений и самоконтроля за состоянием своего здоровья; техникой выполнения нормативов Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса ГТО (по ступеням); двигательными навыками, повышающими функциональные возможности и физическую подготовленность для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.
УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	Знает законодательную базу безопасности жизнедеятельности Российской Федерации; таксономию опасности; классификацию опасных и вредных факторов, действующих на рабочем месте; классификацию и области применения индивидуальных и коллективных средств защиты; правила техники безопасности при работе в своей области; требования противодействия терроризму и экстремизму и коррупции. Готов снижать воздействие вредных и опасных факторов на рабочем месте в своей области, в том числе с применением индивидуальных и коллективных средств защиты; предпринимать действия при возникновении угрозы возникновения чрезвычайной ситуации; планировать мероприятия по обеспечению безопасных условий жизнедеятельности, в том числе предотвращению чрезвычайных ситуаций.

	Способен владеть методами выявления и устранения нарушений техники безопасности на рабочем месте; первичными приемами оказания первой помощи в различных ситуациях; навыками организации мероприятий по предупреждению негативных факторов при различных чрезвычайных ситуациях
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знает технологию создания медиатекстов и коммуникационных продуктов; логическую структуру, виды и способы аргументации, модели рекламной аргументации в процессе создания медиатекстов и коммуникационных продуктов; специфику использования норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем при подготовке медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; основные запросы и потребности общества и профессиональной индустрии Готов использовать методы создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; использовать нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем в разработке медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; создавать актуальные для общества и индустрии медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты. Способен владеть навыками создания актуальных для общества, рекламной и PR-индустрии медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; процедуру проведения медиа-аудита государственных и общественных институтов. Готов разносторонне освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах, медиапродуктах, коммуникационных продуктах; проводить медиа-аудит общественных и государственных институтов. Способен владеть информацией о тенденциях развития общественных и государственных институтов; методологией проведения медиа-аудита
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знает 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. Готов ориентироваться в истории и теории отечественной и мировой художественной культуры; использовать основные достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью или иных коммуникационных продуктов. Способен владеть способностью ориентироваться в базовых положениях теории отечественной и мировой художественной культуры; способностью применять для

	решения творческих задач
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знает базовые способы и средства получения маркетинговой и социологической информации для анализа запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп; запросы и потребности общества и аудитории. Готов применять базовые методы хранения, переработки маркетинговой и социологической информации о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп; учитывать основные характеристики целевой аудитории в профессиональной деятельности; Способен владеть информацией о запросах и потребностях общества и аудитории; способностью использовать данные о запросах и потребностях общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знает основные тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира; политические, экономические факторы, правовые и этические нормы, регулирующие медиакommunikационные системы на глобальном, национальном и региональном уровнях. Готов применять правовые и этические нормы в рекламной деятельности и в сфере связей с общественностью; учитывать актуальные тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования. Способен владеть навыками использования различных источников информации по праву и этике для регулирования рекламной и PR-деятельности; способностью учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира
ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Знает теоретические основы современных информационно-коммуникационных технологий; принципы использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности. Готов применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение в профессиональной деятельности. Способен владеть навыками решения профессиональных задач с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности. Готов применять методы и приемы прогнозирования эффектов и последствий профессиональной деятельности. Способен владеть методами и приемами прогнозирования последствий профессиональной деятельности; принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
ПК-1 способен продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия с социальными группами,	Знает продвижение коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации. Готов осуществлять продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами,

организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации. Способен владеть технологией продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации
ПК-2 способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает структуру проектирования индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и особенности его продвижения Готов разрабатывать индивидуальный и (или) коллективный проект в сфере рекламы и связей с общественностью и осуществлять его продвижение Способен владеть навыками реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и способами его продвижения
ПК-3: способен участвовать в производственном процессе выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий	Знает производственный процесс выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий Готов производить, обрабатывать и готовить к публичному распространению продукцию средств массовой информации и коммуникационные продукты с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий Способен владеть навыками создания и последующего распространения продукции средств массовой информации и коммуникационных продуктов с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий
ПК-4: способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта	Знает организацию процесса создания коммуникационного продукта Готов подготовить к публичному распространению коммуникационных продуктов Способен владеть навыками организации процесса создания коммуникационных продуктов
ПК-5: способен продвигать социально значимые ценности с помощью рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта	Знает процесс продвижения социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов Готов осуществлять продвижение социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов Способен владеть навыками продвижения социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов
ПК-6: способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	Знает процесс осуществления авторской деятельности по созданию текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта; специфику разных каналов коммуникации Готов осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта, создавать инфоповоды для проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с

	общественностью Способен владеть навыками копирайтинга и последующего распространения текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта
ПК-7: способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации	Знает процесс осуществления редакторской деятельности в области рекламы, связей с общественностью; технологические требования разных каналов коммуникации Готов осуществлять редакторскую деятельность; использовать основные технологии цифровых коммуникаций для редактирования текстов рекламы и связей с общественностью Способен владеть навыками редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями

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

