

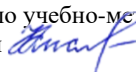
Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Кислова Наталья Николаевна  
Должность: Проректор по УМР и качеству образования  
Дата подписания: 05.11.2021 21:07:53  
Уникальный программный ключ:  
52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159b06064f865ae65b76a966c035

МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Самарский государственный социально-педагогический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе и качеству  
образования  Н.Н.Кислова  
30.08.2019

ПАСПОРТ КОМПЕТЕНЦИЙ

Код, наименование направления подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
ФГОС ВО	Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль	Технологии рекламы и связей с общественностью
Квалификация выпускника	Бакалавр
Область (области) профессиональной деятельности	06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)
Профессиональный стандарт	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации
Типы задач профессиональной деятельности	Авторский, маркетинговый, организационный

Раздел 1 Универсальные компетенции

<b>УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</b>		
<b>Код и наименование индикатора универсальной компетенции</b>	<b>Дисциплины</b>	<b>Результаты обучения</b>
УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя этапы ее решения, действия по решению задачи.	Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)	Знает принципы анализа задачи, этапы решения, действия по решению задачи
	Философия	Владеет философской культурой постановки задачи, определения этапов и инструментария её решения.
УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи.	Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)	Умеет использовать основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации, необходимой для решения поставленной задачи.
	Философия	Знает общенаучные методы познания. Умеет применять методы анализа, синтеза, индукции, дедукции, аналогии, классификации в социальной практике, профессиональной деятельности, при решении личностных смысложизненных проблем
УК-1.3. Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивает их преимущества и риски.	Производственная практика (профессионально-творческая практика)	Умеет подбирать разные источники информации, анализировать их с точки зрения временных и пространственных условий его возникновения. Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений. Умеет находить несколько вариантов решения задачи, оценивать их преимущества и риски
	Философия	Умеет философски обосновать выбор решения поставленной задачи, оценивать возможности и риски
УК-1.4. Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок в рассуждениях других участников деятельности.	Производственная практика (преддипломная практика)	Умеет аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации, принимать обоснованное решение. Владеет навыками поиска и анализа необходимой информации, применения количественных и качественных методов анализа
	Философия	Знает формы и законы мышления, логические основы теории аргументации, доказательства и опровержения. Владеет правилами аргументации, доказательства, критики и опровержения при формулировании собственных и чужих суждений и оценок

УК-1.5. Определяет и оценивает практические последствия возможных вариантов решения задачи	Производственная практика (преддипломная практика)	Владеет навыками оценки и прогнозирования практических последствий предложенного решения задачи.
	Философия	Знает философию ценностей, их иерархию в различных философских системах. Умеет оценивать практические последствия решения задач различного уровня сложности с точки зрения представлений о соотношении ценностей и интересов. Владеет базовыми знаниями в области аксиологии, способностями к осознанному выбору решения в координатах соотношения ценностей и интересов
<b>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</b>		
<b>Код и наименование индикатора универсальной компетенции</b>	<b>Дисциплины</b>	<b>Результаты обучения</b>
УК-2.1. Формулирует совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели работы, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач.	Основы правовых норм и экономических отношений	Умеет формулировать совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели работы, обеспечивающих ее достижение. Умеет определять ожидаемые результаты решения поставленных задач.
УК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.		Знает действующие правовые нормы РФ. Умеет проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся ресурсы и ограничения.
УК-2.3. Качественно решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время.		Владеет навыками качественного решения конкретных задач (исследования, проекта, деятельности) за установленное время.
УК-2.4. Публично представляет результаты решения задач исследования, проекта, деятельности.		Владеет навыками публичного представления результатов решения задач исследования, проекта, деятельности

<b>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</b>		
<b>Код и наименование индикатора универсальной компетенции</b>	<b>Дисциплины</b>	<b>Результаты обучения</b>
УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде.	Социальная психология	Умеет эффективно использовать стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели, определять свою роль в команде.
УК-3.2. Различает особенности поведения разных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности.		Знает особенности поведения разных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности.
УК-3.3 Способен устанавливать разные виды коммуникации (учебную, деловую, неформальную и др.).		Умеет устанавливать разные виды коммуникации (учебную, деловую, неформальную и др.).
УК-3.4. Понимает результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата.	Производственная практика (профессионально-творческая практика)	Умеет прогнозировать результаты (последствия) личных действий и планировать последовательность шагов для достижения заданного результата.
УК-3.5. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, в презентации результатов работы команды.	Производственная практика (профессионально-творческая практика)	Владеет опытом эффективного взаимодействия с другими членами команды, в т.ч. участия в обмене информацией, знаниями и опытом, в презентации результатов работы команды
<b>УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</b>		
<b>Код и наименование</b>	<b>Дисциплины</b>	<b>Результаты обучения</b>

индикатора универсальной компетенции		
<p>УК-4.1. Выбирает на государственном и иностранном(-ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.</p>	<p>Язык делового общения в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Умеет использовать знания о культурных различиях при выборе способов вербальной и невербальной коммуникации в ситуациях делового общения на иностранном языке.</p> <p>Умеет выбирать на государственном и иностранном(-ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.</p>
	<p>Иностранный язык</p>	<p>Знает правила речевого этикета и социокультурные нормы общения на изучаемом иностранном языке.</p> <p>Умеет выбирать вербальные и невербальные средства в рамках изучаемого содержания обучения для достижения поставленных коммуникативных задач и целей межличностного общения на иностранном языке.</p> <p>Владеет необходимым объемом фонетических, лексических и грамматических единиц для обеспечения продуктивной коммуникации на иностранном языке.</p>
	<p>Современный русский язык</p>	<p>Знает: функциональные стили русского литературного языка, их экстралингвистические и языковые особенности.</p> <p>Умеет: отбирать языковые средства, соответствующие требованиям официально-делового стиля.</p> <p>Владеет: навыками ведения делового общения в письменной и устной форме.</p>
	<p>Практикум по орфографии и пунктуации</p>	<p>Знает: принципы современной русской орфографии и пунктуации, орфографические и пунктуационные правила</p> <p>Умеет: соблюдать орфографические и пунктуационные правила в документах официально-делового стиля.</p> <p>Владеет: навыками грамотного оформления документов официально-делового стиля.</p>
<p>УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках.</p>	<p>Язык делового общения в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Владеет навыками применения информационно-коммуникационных технологий при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках.</p>
	<p>Иностранный язык</p>	<p>Умеет находить и отбирать нужную информацию из иноязычных источников на печатных и электронных носителях при подготовке текстов на изучаемом иностранном языке в рамках предметной тематики дисциплины.</p> <p>Владеет опытом использования современных ИКТ и пространства интернета в учебных целях для расширения лингвистических и социокультурных знаний.</p>

	Современный русский язык	<p>Знает: значение понятий «коммуникация», «ситуация общения», «коммуникативная цель», «коммуникативная задача».</p> <p>Умеет: формулировать коммуникативную цель и ставить коммуникативные задачи в соответствии с ситуацией общения.</p> <p>Владеет: навыками моделирования различных коммуникативных ситуаций.</p>
	Практикум по орфографии и пунктуации	<p>Знает: социальную значимость грамотной речи в обеспечении эффективности письменной коммуникации</p> <p>Умеет: использовать грамотную речь в процессе решения различных коммуникативных задач</p> <p>Владеет: навыками грамотной речи при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач</p>
УК-4.3. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках.	Язык делового общения в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>Умеет использовать этикетные формулы деловой коммуникации на иностранном языке;</p> <p>Умеет использовать клишированные выражения, характерные для ситуаций делового общения на иностранном языке: знакомство, этикетный разговор, назначение встречи; обсуждение предложений, выступление с презентацией и т.д.;</p> <p>Умеет использовать клишированные выражения, характерные для деловой документации на иностранном языке: запрос информации в письме, рекламация, резюме, сопроводительное письмо, служебная записка и др.;</p> <p>Умеет заполнять формуляры и бланки прагматического характера;</p> <p>опытом написания деловых писем на иностранном языке: запрос/сообщение информации в письме, рекламация, извинение, благодарность, резюме, сопроводительное письмо, служебная записка;</p> <p>Владеет опытом написания деловых писем на иностранном языке: запрос/сообщение информации в письме, рекламация, извинение, благодарность, резюме, сопроводительное письмо, служебная записка.</p>
	Иностранный язык	<p>Знает правила построения письменных высказываний в ситуациях повседневного и делового общения на иностранном языке.</p> <p>Умеет корректно использовать речевые средства с учетом социокультурных норм иностранного языка при написании официальных и неофициальных писем по темам программы дисциплины.</p> <p>Владеет опытом построения письменного высказывания с использованием стилистически приемлемых языковых и речевых средств иностранного языка.</p>
	Современный русский язык	<p>Знает: экстралингвистические и собственно языковые особенности официально-делового стиля, правила ведения деловой переписки, деловой этикет.</p> <p>Умеет: выявлять и исправлять ошибки, связанные с нарушением норм официально-делового стиля.</p>

		Владеет: навыками составления официально-деловых текстов разных жанров.
	Практикум по орфографии и пунктуации	Знает: правила русской орфографии и пунктуации; Умеет: обосновывать употребление знаков препинания, выявлять и объяснять особенности употребления знаков препинания в текстах деловой переписки; Владеет: навыками выявления и устранения орфографических и пунктуационных ошибок в разных типах документов.
УК-4.4. Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры на государственном и иностранном (-ых) языках.	Язык делового общения в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеет опытом делового общения на иностранном языке в заданной ситуации: беседа по телефону, собеседование, деловая встреча, презентация и др.
	Иностранный язык	Знает социокультурные нормы устного делового общения на иностранном языке. Умеет ясно, логично и связно излагать свои мысли, используя адекватные языковые средства в соответствии с коммуникативной ситуацией. Владеет опытом построения устного высказывания с использованием стилистически приемлемых языковых и речевых средств иностранного языка в рамках предметной тематики дисциплины.
	Современный русский язык	Знает: коммуникативные качества речи; этикетные нормы речевого поведения. Умеет: анализировать свою и чужую речь с точки зрения соблюдения в ней коммуникативных качеств; логически верно строить монологическое высказывание; осознанно следовать нормам русского литературного языка. Владеет: навыками этикетного межличностного и межкультурного взаимодействия.
	Практикум по орфографии и пунктуации	Знает: социальную значимость грамотной речи и этикетных норм речевого поведения Умеет: использовать грамотную речь в процессе устных деловых переговоров. Владеет: навыками правописания слов разных частей речи; навыками постановки знаков препинания в простом и сложном предложениях, в конструкциях с чужой речью; навыками пользования орфографическими словарями, справочниками по орфографии и пунктуации в процессе подготовки к устным деловым
УК-4.5. Демонстрирует умение выполнять перевод академических текстов с иностранного (-ых) на государственный язык	Язык делового общения в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает особенности письменной речи, принятые в сфере делового общения в иноязычной среде (лексика, грамматические конструкции, клише);  Владеет навыками перевода академических текстов с иностранного (-ых) на государственный язык
	Иностранный язык	Умеет находить и корректно использовать эквиваленты лексических и грамматических единиц иностранного языка при переводе иноязычных академических текстов на государственный язык Российской Федерации.

		Владеет опытом перевода академических текстов по предметной тематике дисциплины с иностранного языка на государственный язык Российской Федерации.
	Современный русский язык	Знает: экстралингвистические и собственно языковые особенности научного стиля, подстили научного стиля, нормы устной и письменной речи современного русского литературного языка. Умеет: осуществлять выбор языковых средств в соответствии со стилем и подстилом речи. Владеет: навыком продуцирования устных и письменных текстов научного стиля.
	Практикум по орфографии и пунктуации	Владеет: навыками правописания слов разных частей речи; навыками постановки знаков препинания в простом и сложном предложениях, в конструкциях с чужой речью; навыками пользования орфографическими словарями, справочниками по орфографии и пунктуации в процессе перевода академических текстов с иностранного (-ых) на государственный язык

**УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах**

<b>Код и наименование индикатора универсальной компетенции</b>	<b>Дисциплины</b>	<b>Результаты обучения</b>
УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.	Философия	Знает проблемы классической теоретической философии, социальной философии, философской антропологии и философские основания конкретных наук и искусств о человеке. Умеет выражать и обосновывать свою позицию по отношению к конкретным фактам, событиям, собственной стратегии саморазвития, при взаимодействии в социальных группах с применением философских принципов. Умеет применять философские принципы для саморазвития и взаимодействия в социальных группах. Владеет базовым понятийным аппаратом и терминологией в области философии и философских оснований конкретных наук и искусств, основами интерпретации культурно-исторического наследия, в том числе форм мировоззрения: религии, философии, этики.
	История России	Умеет находить в исторических источниках и историографии, использовать в профессиональной деятельности необходимую информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп периода Древнерусского государства, русских земель времен феодальной раздробленности, Российского государства, Российской империи, революции 1917 г. в России и гражданской войны, Советского периода, Российской Федерации
	Всеобщая история	Владеет технологиями поиска научной информации о культурных особенностях и традициях различных социальных групп в разные исторические эпохи (Древний мир,



		Средние века, Новое время, Новейшее время) ведущих стран Западной Европы (Великобритания, Франция, Германия) и Северной Америки (США) в электронных библиотечных системах, профессиональных базах данных и открытых источниках информации
	Культурология	Знает базовые понятия культурологии; знает о закономерностях развития мировых культур, а также о типологии классификации культур; Умеет выделять особенности определенной культуры, доминирующих в ней ценностей.
УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения	Всеобщая история	Умеет соотносить общие исторические процессы и отдельные факты, характеризующие историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп в разные исторические эпохи (Древний мир, Средние века, Новое время, Новейшее время) ведущих стран Западной Европы (Великобритания, Франция, Германия) и Северной Америки (США). Знает основные исторические события и основных исторических деятелей ведущих стран Западной Европы (Великобритания, Франция, Германия) и Северной Америки (США) в указанные исторические периоды
	Философия	Знает основные этапы и закономерности истории философии. Умеет характеризовать естественнонаучные и культурные процессы, социокультурные традиции, мировоззренческие проблемы (философские, религиозные, этические) в истории человечества, истории России с позиции философского знания
	История России	Знает историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп периода Древнерусского государства, русских земель времен феодальной раздробленности, Российского государства, Российской империи, революции 1917 г. в России и гражданской войны, Советского периода, Российской Федерации. Знает основные события и основных исторических деятелей российской истории в соответствующие периоды. Соотносит контекст мировой истории и культурные традиции мира, включая мировые религии, философские и этические учения, с отечественной историей соответствующего периода

УК-5.3. Умеет толерантно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.	Социальная психология	Владеет навыками толерантного и конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.
	Всеобщая история	Умеет применять знания об историко-культурных особенностях народов стран Западной Европы (Великобритания, Франция, Германия) и Северной Америки (США) при взаимодействии с различными социальными группами в процессе выполнения профессиональных задач
	Философия	Умеет осуществлять критический подход к явлениям и процессам в природе, культуре и обществе для преодоления отчуждения, этической недостаточности, манипулирования, конформизма в отношениях между людьми. Владеет базовыми навыками целеполагания в профессиональных стратегиях и принятии решений, элементарного этического анализа ситуации конфликта и управленческих решений, коммуникативными практиками в мультикультурной среде
	История России	Умеет применять знания об истории России, культурных особенностях и традициях населяющих ее народов при взаимодействии с различными социальными группами в процессе выполнения профессиональных задач
<b>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</b>		
<b>Код и наименование индикатора универсальной компетенции</b>	<b>Дисциплины</b>	<b>Результаты обучения</b>
УК-6.1. Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.) для успешного выполнения порученной работы.	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях	Знает о своих ресурсах и их пределах (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.). Умеет применять знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.) для успешного выполнения порученной работы.
УК-6.2. Понимает важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов		Умеет планировать перспективные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.

карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.		
УК-6.3. Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.		Умеет реализовывать намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.
УК-6.4. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.		Умеет критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.
УК-6.5. Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков.		Проявляет интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков.
<b>УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</b>		
<b>Код и наименование индикатора универсальной компетенции</b>	<b>Дисциплины</b>	<b>Результаты обучения</b>
УК-7.1. Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни.	Физическая культура	Знает средства, методы, социально-биологические основы физической культуры, ее рекреационные функции для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдения норм здорового образа жизни. Умеет подбирать средства физической культуры для поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдения норм здорового образа жизни
	Физическая культура и спорт (элективные дисциплины): Общая	Знает влияние оздоровительных средств физического воспитания в укреплении здоровья и организацию спортивно-массовых мероприятий для пропаганды здорового образа жизни.

	физическая подготовка, Базовые виды спорта, Оздоровительное плавание	Умеет применять средства физической культуры для поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-7.2.Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности	Физическая культура	Умеет определять уровень физической подготовленности и выбирает здоровьесберегающие технологии с учетом физиологических особенностей организма и условий профессиональной деятельности
	Физическая культура и спорт (элективные дисциплины): Общая физическая подготовка, Базовые виды спорта, Оздоровительное плавание	Имеет опыт планирования и выполнения индивидуально подобранных комплексов физических упражнений общей, оздоровительной и профессионально-прикладной физической культуры

**УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов**

Код и наименование индикатора универсальной компетенции	Дисциплины	Результаты обучения
УК-8.1. Обеспечивает безопасные и/или комфортные условия труда на рабочем месте; выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте	Безопасность жизнедеятельности	Знает основные негативные факторы среды обитания; теоретические основы безопасности жизнедеятельности в системе «человек - среда обитания»; основные принципы здорового образа жизни; методы профилактики стресса и утомления; оптимальные параметры микроклимата; особенности влияния электромагнитного излучения на здоровье человека, классификацию источников электромагнитного излучения; особенности воздействия шума на физиологию и психологию человека, санитарные нормы допустимого уровня шума; особенности воздействия на человека ультрафиолетового, лазерного и ионизирующего излучений и источники данных видов излучений; принципы радиационной безопасности; основные принципы организации безопасного и комфортного освещения; правовые, нормативно-технические и организационные основы безопасности жизнедеятельности; анатомо-физиологические последствия для человека воздействия опасных и вредных факторов окружающей среды; методы защиты от повышенного уровня шума; сущность понятия «техника безопасности» и ее цели; причины производственного травматизма и заболеваний; мероприятия по улучшению условий труда на рабочем месте.

		<p>Умеет применять средства защиты от негативных воздействий факторов внешней среды (электромагнитного, ультрафиолетового, лазерного и ионизирующего излучения, шума, вибрации, электрического тока, химических веществ).</p> <p>Владеет навыками составления оценки условий труда на рабочем месте; навыками составления алгоритма действий при угрозе возникновения негативных факторов внешней среды.</p>
УК-8.2. Имеет представление об использовании технологий виртуальной реальности для подготовки к осуществлению действий в условиях чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.		<p>Знает: сущность понятия «технология виртуальной реальности»; значение и преимущества виртуальной подготовки к осуществлению действий в условиях чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.</p>
УК-8.3. Готов поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества		<p>Знает определение и классификацию безопасных условий жизнедеятельности; чрезвычайные ситуации природного характера; основы прогнозирования и предупреждения ЧС природного происхождения; права и обязанности граждан РФ в области защиты от ЧС и их последствий; предназначение, задачи, структуру и режимы функционирования Российской системы предупреждения и ликвидации ЧС; сущность понятия «устойчивое развитие общества»; принципы концепции устойчивого развития общества.</p> <p>Умеет классифицировать безопасные условия жизнедеятельности; классифицировать чрезвычайные ситуации природного характера; распознавать признаки приближающихся ЧС; составлять алгоритм действий при угрозе возникновения и внезапном возникновении ЧС в природной среде.</p> <p>Владеет навыками составления алгоритма действий при внезапном возникновении, угрозе возникновения стихийных бедствий.</p>
УК-8.4. Готов принимать участие в спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятиях в случае возникновения чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.		<p>Знает силы и средства ликвидации ЧС; цели и основные задачи спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятий; особенности оповещения населения о ЧС, военных конфликтов и его эвакуацию; специальную (полную или частичную) обработку населения и территорий после ЧС.</p> <p>Умеет составлять алгоритм действий при проведении спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятиях в случае возникновения чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.</p> <p>Владеет навыками составления алгоритма действий при возникновении спасательных и неотложных аварийно-восстановительных работ.</p>
<b>УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</b>		
<b>Код и наименование</b>		

**Добавлено примечание ([СН1]):** Компетенции и индикаторы УК-9, УК-10 введены в соответствии с распоряжением № 95 от 10.06.2021

индикатора универсальной компетенции		
<p>УК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике</p>	<p>Основы правовых норм и экономических отношений</p>	<p>Знает:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основы поведения экономических агентов: теоретические принципы рационального выбора (максимизация полезности) и наблюдаемые отклонения от рационального поведения (ограниченная рациональность, поведенческие эффекты и систематические ошибки, с ними связанные)</li> <li>2. Основные принципы экономического анализа для принятия решений (учет альтернативных издержек, изменения ценности во времени, сравнение предельных величин)</li> <li>3. Основные экономические понятия: экономические ресурсы, экономические агенты, товары, услуги, спрос, предложения, рыночный обмен, цена, деньги, доходы, издержки, прибыль, собственность, конкуренция, монополия, фирма, институты, трансакционные издержки, сбережения, инвестиции, кредит, процент, риск, страхование, государство, инфляция, безработица, валовый внутренний продукт, экономический рост и др.</li> <li>4. Ресурсные ограничения экономического развития, источники повышения производительности труда, технического и технологического процесса. Показатели экономического развития и экономического роста. Особенности циклического развития рыночной экономики, риски инфляции, безработица, потери благосостояния и роста социального неравенства в период социально-экономических кризисов</li> <li>5. Понятие общественных благ и роль государства в их обеспечении. Цели, задачи, инструменты и эффекты бюджетной, налоговой, денежно-кредитной, социальной, пенсионной политики государства и их влияние на макроэкономические параметры и индивидов</li> </ol> <p>Умеет:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений</li> <li>2. Критически оценивать информацию о перспективах экономического роста и технологического развития экономики страны и отдельных её отраслей</li> </ol>
<p>УК-9.2. Применяет методы личного экономического финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления</p>	<p>Основы правовых норм и экономических отношений</p>	<p>Знает:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные виды личных доходов (заработная плата, предпринимательский доход, рентные доходы и др.), механизмы их получения и увеличения</li> <li>2. Сущность и функции предпринимательской деятельности как одного из способов увеличения доходов и риски связанные с ней, организационно-правовые формы предпринимательской деятельности, отличие частного предпринимательства от хозяйственной деятельности государственных организаций, особенности</li> </ol>

<p>личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски</p>		<p>инвестиционного предпринимательства: коммерциализация разработок и патентование</p> <p>3. Основные финансовые организации (Банк России, Агентство по страхованию вкладов, Пенсионные фонд России, коммерческий банк, страховая организация, биржа, негосударственный пенсионный фонд и др.) и принципы взаимодействия индивида с ними</p> <p>4. Основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами (банковский вклад, кредит, ценные бумаги, недвижимость, валюта, страхование)</p> <p>5. Понятие риск и неопределенность, осознает неизбежность риска и неопределенности в экономической и финансовой сфере</p> <p>6. Виды и источники возникновения экономических и финансовых рисков для индивида, способы их оценки и снижения</p> <p>7. Основные этапы жизненного цикла индивида, понимает специфику краткосрочных и долгосрочных финансовых задач на каждом этапе цикла, альтернативность текущего потребления и сбережения и целесообразность личного экономического и финансового планирования</p> <p>8. Основные виды расходов (индивидуальные налоги и обязательные платежи,; страховые взносы, аренда квартиры, коммунальные платежи, расходы на питание и др.) механизмы их снижения, способы формирования сбережения</p> <p>9. Принципы и технологии ведения личного бюджета</p> <p>Умеет:</p> <p>1. Решать типичные задачи в сфере личного экономического и финансового планирования, возникающие на всех этапах жизненного цикла</p> <p>2. Пользоваться источниками информации о правах и обязанностях потребителя финансовых услуг, анализировать основные положения договора с финансовой организацией</p> <p>3. Выбирать инструменты управления личными финансами для достижения поставленных финансовых целей, сравнивать их по критериям доходности, надежности и ликвидности</p> <p>4. Оценивать индивидуальные риски, связанные с экономической деятельностью и использованием инструментов управления личными финансами, а также риски стать жертвой мошенничества</p> <p>5. Вести личный бюджет, используя существующие программные продукты</p> <p>6. Оценивать свои права на налоговые льготы, пенсионные и социальные выплаты</p>
<b>УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению</b>		
<b>Код и наименование</b>		

<b>индикатора универсальной компетенции</b>		
УК-10.1. Осознает значимость политики профилактики и противодействия коррупции	Основы правовых норм и экономических отношений	Знает: понятия коррупционного поведения, значимость и основные направления государственной политики в области противодействия коррупции
УК-10.2. Ориентируется в антикоррупционном законодательстве	Основы правовых норм и экономических отношений	Знает: нормативно-правовые акты в сфере противодействия коррупции и ответственности за совершение коррупционных правонарушений

Раздел 2 Общепрофессиональные компетенции

<b>ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</b>		
<b>Код и наименование индикатора общепрофессиональной компетенции</b>	<b>Дисциплины</b>	<b>Результаты обучения</b>
ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Современный русский язык	Знает: понятия, необходимые для работы с языковыми единицами медиатекстов разных медиасегментов и платформ; Знает: состав, характеристику и классификации единиц фонетического, лексического, грамматического уровней системы современного русского литературного языка Умеет -анализировать употребленные в медиатекстах слова, словосочетания, предложения (простые и сложные) с точки зрения их семантики и функций; Умеет выявлять отличительные особенности текстовой части медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	Практикум по орфографии и пунктуации	Умеет осознанно применять правила русской орфографии и пунктуации; обосновывать употребление знаков препинания, выявлять и объяснять особенности употребления знаков препинания в медиатекстах разных медиасегментов и платформ; выявлять и исправлять орфографические и пунктуационные ошибки в текстовой части медиапродуктов
	Язык делового общения в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает стандарты оформления деловой документации; общепринятые нормы профессионального общения в иноязычной среде, этикет делового общения в стране изучаемого языка, особенности устной и письменной речи, принятые в сфере делового общения в иноязычной среде (лексика, грамматические конструкции, клише); этикет делового общения в стране изучаемого языка; общепринятые нормы профессионального общения в иноязычной среде.



	Теория и практика медиакоммуникаций	Знает особенности массовой информации; Умеет выявлять отличительные особенности медиатекстов, предназначенных для разных медиасегментов и платформ;
	Теория и практика связей с общественностью	Знать: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, используемых для целей PR Уметь: строить отношение организации с ее группами общественности с использованием соответствующих медиатекстов и (или) медиапродуктов для целей PR Владеть: современными технологиями создания медиатекстов и (или) медиапродуктов для целей PR
	Теория и практика рекламы	Знать: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, используемых для целей рекламы Уметь: строить отношение организации с ее группами общественности с использованием соответствующих медиатекстов и (или) медиапродуктов для целей рекламы Владеть: современными технологиями создания медиатекстов и (или) медиапродуктов для целей рекламы
	Маркетинг	Умеет формулировать маркетинговую информацию для медиатекстов и (или) медиапродуктов
	Коммуникативная оптимизация медиатекстов	Умеет оценивать речевое поведение и речевые произведения в сфере публичных коммуникаций
	Текст в системе массовой коммуникации	Знает: особенности текста массовой коммуникации; Знает: технологии создания медиапубликаций. Умеет определять содержательную и структурно-композиционную специфику текста массовой коммуникации.
ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных	Современный русский язык	Владет: навыками мотивированного выбора языковых единиц при создании текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов

коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Практикум по орфографии и пунктуации	Владеет: навыками правописания слов разных частей речи; навыками постановки знаков препинания в простом и сложном предложениях, в конструкциях с чужой речью в процессе создания рекламных и PR-текстов или иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов
	Язык делового общения в сфере рекламы и связей с общественностью	Умеет использовать клишированные выражения, характерные для деловой документации на иностранном языке: запрос информации в письме, рекламация, резюме, сопроводительное письмо, служебная записка и др. Умеет заполнять формуляры и бланки прагматического характера.
	Теория и практика медиакommunikаций	Умеет применять инновационные подходы, создавая медиатексты; Владеет технологиями создания современных публикаций в сфере медиа
	Теория и практика связей с общественностью	Умеет создавать тексты для решения различных коммуникативных задач связей с общественностью
	Теория и практика рекламы	Умеет создавать тексты для решения различных коммуникативных задач рекламы
	Маркетинг	Умеет создавать медиатексты и (или) медиапродукты на основе маркетинговой информации
	Коммуникативная оптимизация медиатекстов	Знает основные методические процедуры анализа и правки текста; типологию речевых ошибок Умеет употреблять средства различных языковых уровней в соответствии с нормами современного русского языка; работать с разными типами словарей; Владеет методикой и приемами редактирования текста
	Текст в системе массовой коммуникации	Владеет: технологиями создания медиатекстов для использования в сфере рекламы и связей с общественностью.
<b>ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</b>		
<b>Код и наименование индикатора общепрофессиональной компетенции</b>	<b>Дисциплины</b>	<b>Результаты обучения</b>
ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Политология	Знает: ключевые категории, проблемы и научные парадигмы политологии, сформировавшиеся в процессе становления человеческой цивилизации; тенденции развития общества в целом как сложной динамической системы, а также его политических институтов, сил, видов, форм деятельности; механизмы и технологии воздействия на социальную (в целом) и политическую (в частности) жизнь общества;

	Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации	Знает исторически сложившиеся подходы к исследованию социальных коммуникаций
ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	Политология	Умеет: работать с категориальным аппаратом политологии и философии при решении проблем, связанных с осмыслением, отображением, проектированием и изменением социальной и политической реальности; использовать инструментарий политологии и философии при описании политических проблем общественной жизни; использовать политические технологии, данные эмпирических политических исследований при создании текстов рекламы и связей с общественностью и коммуникационных продуктов;
	Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации	Владеет навыком составления аналитических записок и прогнозов относительно коммуникационных процессов и состояния коммуникационных систем
<b>ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</b>		
<b>Код и наименование индикатора общепрофессиональной компетенции</b>	<b>Дисциплины</b>	<b>Результаты обучения</b>
ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	Культурология	Умеет анализировать сильные и слабые стороны научных концепций, связанных с изучением культуры;
	История русской литературы	Знает основные этапы развития отечественной литературы Умеет восстанавливать контекст эпохи, необходимый адекватного понимания авторской интенции
	История зарубежной литературы	Знает основные этапы истории зарубежной литературы; факторы, повлиявшие на формирование определённых направлений зарубежной литературы, жанрообразующие законы;
	История массовых коммуникаций в России и за рубежом	Знает ведущие события и этапы отечественной и мировой журналистики; взаимосвязь журналистики с научными, религиозными и философскими идеями, литературными направлениями
ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и	Культурология	Знает факты культуры, в совокупности составляющие систему культурных феноменов;

мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов		- связи между элементами культуры; - динамику культурных систем; - способы производства и усвоения культурных феноменов; Умеет использовать знания о типах культур и лежащих в их основе нормах, ценностях и символах (культурных кодах) при создании текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов
	История русской литературы	Способен учитывать образы и сюжеты отечественной литературы и иные литературные явления, теоретико-литературные категории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов
	История зарубежной литературы	Умеет использовать знания по истории зарубежной литературе в своей профессиональной деятельности;
	История массовых коммуникаций в России и за рубежом	Умеет использовать знания о событиях и этапах отечественной и мировой журналистики в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
<b>ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</b>		
<b>Код и наименование индикатора общепрофессиональной компетенции</b>	<b>Дисциплины</b>	<b>Результаты обучения</b>
ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Социальная психология	Умеет определять вид социальной группы, давать психологическую характеристику группы как субъекта деятельности.
	Социология коммуникаций	Знает специфику эмпирического анализа массовых коммуникаций и их аудитории; основные методы исследований, применяемые в России и за рубежом Умеет применять на практике методы социологических исследований, умеет определять запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп
	Теория и практика связей с общественностью	Владеет навыками исследования коммуникационных эффектов на разных этапах проведения коммуникационных PR-кампаний и PR-мероприятий
	Теория и практика рекламы	Владеет навыками исследования коммуникационных эффектов на разных этапах проведения коммуникационных рекламных кампаний
ОПК-4.2.Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает	Социальная психология	Владеет инструментами измерения различные параметров и характеристик групп: (уровня сплоченности и организованности, направленности деятельности и степени психологического единства, психологического климата группы, наличие психологического комфорта, его эмоциональной окрашенности и др), сбора информации об их запросах и потребностях. Способен учитывать информацию о целевой аудитории при создании рекламных и PR текстов и иных коммуникационных продуктов

основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Социология медиакommunikаций	Умеет анализировать любую ситуацию с точки зрения социологического подхода; Умеет применять на практике методы социологических исследований и приемы анализа текстов с целью выявления их социально значимого содержания. Способен учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов
	Теория и практика связей с общественностью	Умеет ставить задачи для маркетинговых и социологических исследований в целях изучения целевой аудитории базисного субъекта PR
	Теория и практика рекламы	Умеет ставить задачи для маркетинговых и социологических исследований в целях изучения целевой аудитории рекламируемого объекта
<b>ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</b>		
<b>Код и наименование индикатора общепрофессиональной компетенции</b>	<b>Дисциплины</b>	<b>Результаты обучения</b>
ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Политология	Знает политические институты, силы, виды, форм деятельности общества; Знает ветви власти на национальном и региональном уровнях механизмы и технологии воздействия на социальную (в целом) и политическую (в частности) жизнь общества
	Основы правовых норм и экономических отношений	Знает основы права как вида социального регулятора профессиональной деятельности Знает основы построения и функционирования деятельности средств массовой информации; основные представления о перспективах развития законодательства о СМИ, рекламе и информации в системе российского права и их роли в преобразовании политических и социально-экономических отношений Знает основные элементы экономики (потребности, блага, ограниченность благ, производственные возможности общества, производство, распределение, обмен и потребление экономических благ, эффективность экономики); экономическое и правовое содержание собственности; модели организации экономических систем; основные элементы рыночного механизма (спрос, предложение, цена, конкуренция); понятие макроэкономического равновесия, экономического цикла; сущность, причины и виды инфляции; виды и последствия безработицы; макроэкономическую роль государства; сущность налогов и их классификацию; сущность фискальной, монетарной политики и ее основные инструменты;

		основные направления и инструменты социальной политики государства; основные формы международных экономических отношений
	Введение в коммуникационные специальности	Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических, и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
	Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации	Знает основные принципы изучения и построения коммуникационных систем
	Правовые и этические основы рекламной и PR-деятельности	Имеет представление о праве как виде социального регулятора профессиональной деятельности, о проблемных ситуациях правового характера в профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью Имеет представление о морали как социальном регуляторе профессиональной деятельности, об этике и профессиональной нравственности как эффективных инструментах оптимизации профессиональной в сфере коммуникаций
	Менеджмент в рекламе и связях с общественностью	Знает содержание основных теорий, концепций, ключевых проблем и инструментов менеджмента; функции, основные методы и принципы менеджмента; стратегии руководства, принятия решений, формирования организационной культуры, управления персоналом.
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	Политология	Умеет работать с категориальным аппаратом политологии и философии при решении проблем, связанных с осмыслением, отображением, проектированием и изменением социальной и политической реальности; использовать инструментарий политологии и философии при описании политических проблем общественной жизни; Умеет использовать теории власти и политики, политические технологии, данные эмпирических политических исследований в профессиональной деятельности;
	Основы правовых норм и экономических отношений	Умеет вести поиск необходимых теоретико-исторических и правовых документов; анализировать и сопоставлять законодательные акты по информации, СМИ и рекламе Владеет категориальным и понятийным аппаратом по правовым основам деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Умеет анализировать изменения спроса и предложения на товар от разных факторов; дать характеристику моделей совершенной и несовершенной конкуренции; умеет рассчитать бюджет рекламной или кампании, рассчитать

		издержки фирмы, точку безубыточности; рассчитать сумму НДС, налоговые вычеты; дать оценку кредитно – денежной, фискальной и социальной политики государства;
	Введение в коммуникационные специальности	Умеет учитывать структуру рынка рекламы и PR в стране и регионе при планировании деятельности
	Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации	Умеет подобрать и использовать инструментарий для коммуникационного аудита в зависимости от конкретных профессиональных задач в сфере массовых коммуникаций
	Правовые и этические основы рекламной и PR-деятельности	Умеет избегать проблемных ситуаций правового характера в профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью Умеет обозначить зоны рисков в публичных коммуникациях Следует профессиональной этике при решении профессиональных задач
	Менеджмент в рекламе и связях с общественностью	Умеет применять функции, принципы и методы менеджмента, технологии формирования организационной культуры; находить организационно-управленческие решения и нести за них ответственность;  Владеет навыками реализации основных управленческих функций (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация). применяемых в деятельности менеджера в области рекламы и связей с общественностью, руководителя рекламной и PR-службы любого уровня;  современным аналитическим инструментарием менеджмента, методами диагностики, анализа и решения проблем, а также методами принятия решений и их реализации на практике;
<b>ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности (стало)</b>		
<b>Код и наименование индикатора общепрофессиональной компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора общепрофессиональной компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора общепрофессиональной компетенции</b>
ОПК-6.1. Знает принципы функционирования, основные характеристики и возможности аппаратных и	Цифровые коммуникации	Знает <ul style="list-style-type: none"> <li>• способы решения профессиональных задач и организации деятельности с помощью средств (инструментов, сервисов) сквозных технологий (облачные вычисления);</li> </ul>

программных средств современных информационных технологий; тенденции развития сквозных цифровых технологий и профессионально значимые решения на их основе; этические и правовые нормы при работе с информацией		<ul style="list-style-type: none"> <li>• принципы и этические нормы коммуникации в цифровой среде</li> </ul>
	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях	Знает возможности цифровых технологий для анализа данных; этические и правовые нормы при работе с информацией.
	Фото- и видеосъемка	Умеет отбирать фото- и видеотехнику, программы обработки фотографий, программа видеомонтажа для решения конкретных профессиональных задач.
	Теория и практика рекламы	Знает возможности использования современных технических средств и программного обеспечения в практике создания рекламных продуктов
	Компьютерная графика	знает основные характеристики и возможности аппаратных средств компьютерной графики; знает основные характеристики и возможности программных средств компьютерной графики; знает тенденции развития цифровых технологий для создания и редактирования изображений; знает этические и правовые нормы работы с графической информацией
ОПК-6.2. Умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии для решения профессиональных задач с учетом специфики предметной области; осуществлять выбор необходимых для осуществления профессиональной деятельности аппаратных и программных средств, мобильных приложений, средств сетевой коммуникации на основе стандартов и норм, принятых в профессиональной среде и с учетом требований информационной безопасности	Цифровые коммуникации	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• использовать цифровые инструменты (в том числе сервисе на основе облачных вычислений) для решения профессиональных задач и организации коммуникации в профессиональной деятельности;</li> <li>• выбирать сервисы и инструменты для разработки цифровых продуктов и использовать их функционал для решения профессиональных задач</li> </ul>
	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях	Умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии для решения профессиональных задач, анализа данных; применять методы защиты данных в процессе решения практических задач поиска, хранения, обработки и передачи информации; проводить сравнительный анализ информационных ресурсов и оценивать их релевантность в соответствии с решаемой задачей.
	Фото- и видеосъемка	Умеет использовать современные технические средства для фотосъемки, видео-, аудиозаписи информации в процессе создания коммуникационных продуктов Владеет методами обработки и редактирования фото- и видеонизображения с использованием современных технических средств
	Теория и практика рекламы	Умеет применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение при создании текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов
	Компьютерная графика	умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии обработки изображений для решения профессиональных задач с учетом специфики предметной области; умеет осуществлять выбор необходимых для осуществления профессиональной деятельности аппаратных и программных



		средств компьютерной графики на основе стандартов и норм, принятых в профессиональной среде и с учетом требований информационной безопасности
ОПК-6.3. Владеет методами анализа эффективности использования профессионально ориентированных аппаратных и программных средств современных информационных технологий, мобильных приложений, сервисов и ресурсов сети Интернет для сопровождения профессиональной деятельности; технологиями решения актуальных профессиональных задач на их основе	Цифровые коммуникации	Владеет <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками решения задач профессиональной деятельности с помощью цифровых инструментов (в том числе сервисов на основе облачных вычислений);</li> <li>• навыками поиска информации в сети Интернет и ее анализа</li> </ul>
	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях	Владеет навыками использования средств и сервисов информационно-коммуникационных технологий для структурирования профессиональной информации и создания информационных хранилищ, баз данных.
	Фото- и видеосъемка	Умеет определять критерии эффективности для каждого из жанров визуальной работы; Знает основные способы решения типовых проблем на съемочных площадках
	Теория и практика рекламы	Знает методы оценки коммуникативной эффективности в социальных медиа
	Компьютерная графика	владеет методами анализа эффективности использования профессионально ориентированных аппаратных и программных средств компьютерной графики, сервисов и ресурсов сети Интернет для работы с изображениями для сопровождения профессиональной деятельности; владеет технологиями работы с компьютерной графикой для решения актуальных профессиональных задач
<b>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</b>		
<b>Код и наименование индикатора общепрофессиональной компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора общепрофессиональной компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора общепрофессиональной компетенции</b>
ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Введение в коммуникационные специальности	Знает типы коммуникационных специальностей
	Правовые и этические основы рекламной и PR-деятельности	Знает разработанные профессиональным сообществом этические нормы Знает зоны рисков в публичных коммуникациях.
ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с	Введение в коммуникационные специальности	Умеет выбирать приемы сбора, обработки и распространения информации согласно цеховым принципам Владеет навыками анализа поведения специалиста во время исполнения профессиональных обязанностей

общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Правовые и этические основы рекламной и PR-деятельности	Умеет отбирать информацию, профессиональных инструменты в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
--	---	--

Раздел 3 Обязательные профессиональные компетенции

**Задача профессиональной деятельности**

**Объект или область знания**

Тип задач профессиональной деятельности:				
Код и наименование ПК				
Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (ПС, ОТФ)	Трудовая функция	Дисциплины	Результаты обучения

Раздел 4 Рекомендуемые профессиональные компетенции

**Задача профессиональной деятельности**

**Объект или область знания**

Тип задач профессиональной деятельности:				
Код и наименование ПК				
Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (ПС, ОТФ)	Трудовая функция	Дисциплины	Результаты обучения

Раздел 5 Профессиональные компетенции самостоятельно определяемые

**Задача профессиональной деятельности** Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или)ного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации

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

Тип задач профессиональной деятельности: авторский				
Код и наименование ПК	ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта			
Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (ПС, ОТФ)	Трудовая функция	Дисциплины	Результаты обучения
ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации ОТФ В 6 Организация продвижения продукции СМИ	В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ В/03.6 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ В/04.6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	Жанры рекламных и PR-текстов	Знает типологию рекламных и PR-текстов
			Социальная реклама	Знает основные этапы становления и генезиса социальной рекламы, ее современное состояние; специфику производства и потребления социальной рекламы.
			Медиарилейшнз	Владеет навыками создания MR-материалов (написание статей, сценариев, ведение колонки) в целях приращения публичного капитала)
			Основы копирайтинга	Знает основные понятия и категории копирайтинга, алгоритмы создания текстов, методику оценки эффективности PR-текстов Умеет формулировать замысел слогана, самоопределяться в конкретной речевой задаче; определять причины коммуникативных удач и неудач;
			Новые медиа в системе массовой коммуникации	Знает основные тренды маркетинговых коммуникаций в сети Интернет, инструментов GOOGL и Яндекс для формирования контента в новых медиа.
			Новые медиа в маркетинге	Знает специфику новых медиа как канала маркетинговых коммуникаций Умеет выбрать формат медиапродукта для новых медиа с учетом маркетинговых задач

			Производственная практика (профессионально-творческая практика)	Имеет опыт создания текстов рекламы и связей с общественностью различных форматов и жанров с учетом актуальных тенденций в сфере медиа
			Производственная практика (преддипломная практика)	Владеет навыками оценки эффективности текстов рекламы и связей с общественностью различных форматов и жанров с учетом актуальных тенденций в сфере медиа
ПК-1.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации ОТФ В 6 Организация продвижения продукции СМИ	В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ В/03.6 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ В/04.6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	Жанры рекламных и PR-текстов	Знает существенные характеристики информации, в том числе рекламной и PR-информации Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
			Социальная реклама	Умеет осуществлять деятельность по проектированию и созданию социальной рекламы с учетом социальных условий региона;
			Медиарилейшнз	Знает информационную политику региональных СМИ; Владеет навыками анализа информационного пространства
			Основы копирайтинга	Умеет адаптировать рекламные и PR-тексты к конкретному информационному поводу
			Новые медиа в системе массовой коммуникации	Умеет планировать рекламные и PR-кампании с использованием новых медиа
			Новые медиа в маркетинге	Умеет планировать рекламные и PR-кампании с использованием новых медиа
			Производственная практика (профессионально-творческая практика)	Имеет опыт поиска и генерирования информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, исходя из специфики деятельности организации

			Производственная практика (преддипломная практика)	Умеет оценивать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью с точки зрения их соответствия стратегическим задачам коммуникационной деятельности организации
ПК-1.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации ОТФ В 6 Организация продвижения продукции СМИ	В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ В/03.6 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ В/04.6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	Жанры рекламных и PR-текстов	Владеет навыками подготовки системы документов для внутренних и внешних PR-коммуникаций
			Социальная реклама	Имеет навык создания сценариев для проведения рекламных мероприятий социальной направленности
			Медиарилейшнз	Умеет выявлять актуальные события в деятельности организации и новые точки зрения на эти события
			Основы копирайтинга	Создавать речевые произведения с учетом особенностей ситуации общения и учетом задач рекламной или PR-кампании
			Новые медиа в системе массовой коммуникации	Умеет использовать новые медиа при организации специальных событий и мероприятий
			Новые медиа в маркетинге	Умеет использовать новые медиа при организации специальных событий и мероприятий
			Производственная практика (профессионально-творческая практика)	Имеет опыт участия в создании сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
			Производственная практика (преддипломная практика)	Имеет опыт создания концепций специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

ПК-1.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации ОТФ В 6 Организация продвижения продукции СМИ	V/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ	Жанры рекламных и PR-текстов	Умеет соотносить рекламные и PR-тексты с базовыми концептами миссии организации
		V/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	Социальная реклама	Владеет различными способами обращения к целевой аудитории для решения коммуникационных задач в социальной сфере
		V/03.6 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	Медиарилейшнз	Знает задачи и принципы организации медиарилейшнз как части публичных рилейшнз; Умеет координировать действия подразделения по связям с прессой с работой организации в целом;
		V/04.6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	Основы копирайтинга	Умеет формулировать миссию и видение организации как особые жанры текстов
			Новые медиа в системе массовой коммуникации	Умеет использовать инструменты настройки таргетинга
			Новые медиа в маркетинге	Умеет использовать инструменты настройки таргетинга
			Производственная практика (профессионально-творческая практика)	Имеет опыт участия в построении двусторонних коммуникаций с целевыми группами общественности организации
			Производственная практика (преддипломная практика)	Имеет опыт проведения коммуникационного аудита организации

**Задача профессиональной деятельности** Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

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

Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый

Код и наименование ПК	ПК-4. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта			
Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (ПС, ОТФ)	Трудовая функция	Дисциплины	Результаты обучения
ПК-4.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации ОТФ В 6 Организация продвижения продукции СМИ	В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	Методы изучения общественного мнения	Знает: структуру, динамику и функции общественного мнения Умеет учитывать факторы, стадии и механизмы формирования общественного мнения, формы и каналы его проявления при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта Владеет: методологическими, методическими и организационными основами подготовки исследования общественного мнения
			Медиапланирование	Знает основные показатели медиапланирования и порядок их определения Умеет использовать программное обеспечение медиапланирования
			Рекламные и PR услуги в самарском регионе	Формулировать маркетинговые задачи для подрядных организаций, работающих на рынке рекламных и PR-услуг
			Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления	Знает формы маркетинговых и немаркетинговых коммуникаций в сфере государственного управления Умеет выявлять запросы граждан на информацию Владеет инструментами оценки эффективности коммуникаций в сфере государственного и муниципального управления
			Мультимедийные коммуникации	Умеет планировать работу по продвижению медиапроекта на всех этапах от идеи до реализации
			Творческие технологии в рекламе	Умеет составлять коммуникационные послания творческой группе для осуществления мероприятий; использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований, для разработки креативных решений

			Новые медиа в системе массовой коммуникации	Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа
			Новые медиа в маркетинге	Знает место новых медиа в интернет-маркетинге
			Интернет-маркетинг	Знает основные инструменты «digital-маркетинга»: поисковую оптимизацию, контекстную рекламу, медийную рекламу в интернете (баннеры, видеореклама, брендрование, социальные сети, блогеры, видеоигры), веб-аналитику (мониторинг, измерения и обратная связь), Email-маркетинг (электронная рассылка), лидмагнит или whiterefer, стратегии интернет-маркетинга. Умеет применять необходимые маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
			Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Знает: - методологию и методики маркетинговых исследований, типологию и структуру маркетингового исследования. - как планировать и проводить маркетинговые опросы/интервью, составлять и обрабатывать анкеты, извлекать из них нужную информацию, каким образом проводить экспертные исследования в маркетинге. - какие конъюнктурные оценки используются в маркетинговом исследовании; - как проанализировать и оценить рыночную стратегию и ее результаты; - как использовать методы статистики и эконометрики в целях маркетингового анализа и прогнозирования. Умеет - разработать план и структуру (проект) маркетингового исследования, скоординировать его отдельные этапы и разделы. - проводить сплошные, выборочные и другие специальные обследования в маркетинге. - организовывать и проводить интервью и другие формы опросов. - составлять, обрабатывать и анализировать анкеты.



				<p>- проводить и анализировать экспертные маркетинговые исследования.</p> <p>- оперативно проанализировать сложившуюся рыночную ситуацию, оценить рыночную конъюнктуру;</p>
			Производственная практика (преддипломная практика)	<p>Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента;</p> <p>Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p>
ПК-4.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации ОТФ В 6 Организация продвижения продукции СМИ	В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	Методы изучения общественного мнения	<p>Владеет методами сбора социологической информации, используемыми в ходе выявления общественного мнения</p> <p>Владеет методами обработки и анализа социологической информации, используемыми в ходе выявления общественного мнения</p>
			Медиапланирование	<p>Умеет рассчитывать количественные показатели медиапланирования, показатели медиаэффектов отдельного носителя, показатели эффектов медиаплана, показатели финансовой эффективности кампании.</p>
			Рекламные и PR услуги в самарском регионе	<p>Умеет формулировать задачи и составлять соответствующую документацию для проведения маркетинговых исследований сторонними организациями</p>
			Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления	<p>Владеет опытом анализа статистических данных, выявляющих запросы граждан в сфере государственных услуг</p>
			Мультимедийные коммуникации	<p>Владеет опытом создания материалов для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической)</p>
			Творческие технологии в рекламе	<p>Знает особенности работы креативного отдела; основы организации и управления процессом коллективного и индивидуального поиска идеи рекламы;</p> <p>Умеет проводить сбор необходимой информации для творческого процесса;</p>
			Новые медиа в системе массовой коммуникации	<p>Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач</p>

			<p>Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории.</p> <p>Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа.</p> <p>Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа.</p>
		Новые медиа в маркетинге	<p>Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач</p> <p>Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории.</p> <p>Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа.</p> <p>Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа.</p>
		Интернет-маркетинг	<p>Знает принципы мониторинга результатов рекламных кампаний;</p> <p>Умеет проводить аудит интернет-ресурсов с точки зрения PR-эффективности</p> <p>Владеет сервисами для отслеживания коммуникационных эффектов</p>
		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	<p>Владеет технологией разработки программы маркетингового исследования;</p> <p>технологией разработки маркетинговой политики организации (продуктовой, сбытовой, ценовой, коммуникационной).</p> <p>Владеет навыками проведения опросов, панельных обследований и других видов сбора и обработки информации.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации и проведение выборочных обследований.</li> <li>- навыками оценки, объяснения и моделирования рыночной деятельности;</li> <li>- навыками расчета показателей рыночной конъюнктуры;</li> <li>- навыками анализа конкурентных позиций в маркетинге.</li> </ul>

				навыками шкалирования конкурентных позиций на рынке товара.
			Производственная практика (преддипломная практика)	Умеет организовать и провести исследование с целью получения сведений для разработки коммуникационного продукта
ПК-4.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации ОТФ В 6 Организация продвижения продукции СМИ	В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	Методы изучения общественного мнения	Знает виды социологического исследования, используемые в ходе выявления общественного мнения Умеет применять виды социологического исследования для выявления мнения разных целевых групп
			Медиапланирование	Знает механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМК и рекламой Умеет применять методы изучения аудитории.
			Рекламные и PR услуги в самарском регионе	Умеет выстраивать взаимовыгодные партнерские отношения с контрагентами
			Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления	Знает о принципах работы органов власти с обращениями граждан
			Мультимедийные коммуникации	Умеет выявляет реакцию целевой аудитории на мультимедийные материалы
			Творческие технологии в рекламе	Знает о методиках тестирования креативной идеи
			Новые медиа в системе массовой коммуникации	Знает специфику работы с аудиторией новых медиа
			Новые медиа в маркетинге	Знает методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа

			Интернет-маркетинг	Умеет использовать методы работы с позитивной и негативной реакцией аудитории в сети интернет
			Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Умеет использовать методы построения системы обратной связи в системе маркетинговых коммуникаций
			Производственная практика (преддипломная практика)	Умеет организовать и провести исследование с целью получения обратной связи от целевых аудиторий организации

**Задача профессиональной деятельности** Организация процесса создания коммуникационного продукта

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

Тип задач профессиональной деятельности: организационный				
Код и наименование ПК	ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий			
Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (ПС, ОТФ)	Трудовая функция	Дисциплины	Результаты обучения
ПК-5.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации ОТФ В 6 Организация продвижения продукции СМИ	В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ В/03.6	Современный брендинг	Знает специфику деятельности по формированию бренд-мероприятия и их управлению; принципы сегментирования аудитории мероприятия
			Рекламные и PR услуги в самарском регионе	Знает параметры и основные виды рекламных и PR-услуг Умеет ориентироваться на региональном рынке рекламных и PR-услуг
			Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью	Знает технологические процедуры при создании и реализации проектов в сфере коммуникаций

реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ В/04.6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	Мультимедийные коммуникации	Знает понятие массмедиа, параметры мультимедийной платформы Умеет формировать бюджет для осуществления мультимедийных задач, создавать мультимедийные материалы
		Творческие технологии в рекламе	Знает базовые требования к выдвигаемым идеям; визуальные и вербальные принципы создания рекламных материалов; специфику креатива в рекламной деятельности. Умеет проводить сбор необходимой информации для творческого процесса; выбирать модели генерирования идей навыками использования методов создания идей; делать эскизы, выработать концепции; самостоятельно оценивать проделанную работу. Имеет опыт выработки нестандартных решений обладает опытом публичных выступлений с использованием разных способов визуализации творческого материала.
		Медиаобразование	Знает место и роль медиа и медиаобразования в современном мире, виды и жанры, язык медиа; основные термины, теории, ключевые концепции, направления, модели медиаобразования Умеет учитывать возрастные, социальные, профессиональные, национальные и другие особенности восприятия медиатекстов в процессе реализации коммуникационного проекта.
		Организация и проведение коммуникационных кампаний	умеет применять основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара или услуги; владеет приемами продвижения товара или услуги с помощью коммуникационных технологий
		Основы рекламы и публичных отношений в средствах массовой информации	Умеет использовать нормативную документацию для реализации публичных коммуникаций; Умеет использовать методы работы с информацией в рекламной и PR-сфере.

			Внутрикорпоративный PR	Умеет подготовить текст рекламного сообщения; Умеет выполнять обязанности PR-специалиста.
			Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)	Умеет анализировать результаты проведения коммуникационных кампаний
			Производственная практика (профессионально-творческая практика)	Знает о структуре рекламной и PR-деятельности в организациях и учреждениях разного типа; методы проведения маркетинговых исследований; имеет опыт проведения элементарных маркетинговых исследований для организации;
ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации ОТФ В 6 Организация продвижения продукции СМИ	В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ В/03.6 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ В/04.6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	Современный брендинг	Умеет аргументированно анализировать удачные и неудачные кейсы мероприятий российских и региональных брендов; проводить маркетинговые исследования с целью анализа целевых аудиторий и позиционирования бренда Владеет методами оценки коммуникативной и экономической эффективности мероприятия
			Рекламные и PR услуги в самарском регионе	Умеет соотнести возможности региональных рекламных и PR-агентств со стратегическими задачами коммуникационной деятельности организации Владеет навыками составления технических заданий для выполнения рекламных и PR-услуг
			Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью	Умеет планировать работу согласно алгоритму и методике создания коммуникационных проектов Умеет проводить мониторинг проектной деятельности с целью оперативной корректировки коммуникационного проекта
			Мультимедийные коммуникации	Понимает специфику работы в условиях мультимедийной среды, умеет выявлять основные предпочтения аудитории Владеет методами анализа успешности медиапроекта
			Творческие технологии в рекламе	Знает основы организации и управления процессом коллективного и индивидуального поиска идеи рекламы особенности работы креативного отдела;
			Медиаобразование	Умеет планировать и проводить мероприятия по развитию медиакомпетентности аудитории

			Организация и проведение коммуникационных кампаний	знает о методах планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий; владеет методами оценки эффективности реализации коммуникационных кампаний и мероприятий
			Основы рекламы и публичных отношений в средствах массовой информации	Владеет способами решения задачи «формирование или приращение публичного капитала базового субъекта PR»; Владеет приемами оценки и продуцирования информации в сфере публичных коммуникаций
			Внутрикорпоративный PR	Умеет планировать и организовывать корпоративные мероприятия
			Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)	планировать свою деятельность в соответствии с планом работы организации;
			Производственная практика (профессионально-творческая практика)	знает об этапах работы над коммуникационными кампаниями; имеет опыт осуществления и планирования мероприятий по продвижению продукции, планирования расходов на их проведение владеет навыками медиапланирования в целях реализации коммуникационных кампаний и информационного сопровождения мероприятий; Владеет навыками стратегического планирования и выработки тактических решений в сфере рекламы и связей с общественностью;
ПК-5.3. Участует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации ОТФ В 6	В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ В/03.6	Современный брендинг	Владеет технологиями бренд-лидерства
			Рекламные и PR услуги в самарском регионе	Умеет оценить необходимость использования услуг рекламных и PR-агентств в коммуникационной деятельности организации
			Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью	Умеет прогнозировать последствия реализации коммуникационного проекта

Организация продвижения продукции СМИ	Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ В/04.6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	Мультимедийные коммуникации	Умеет создавать медиапродукт; формировать эффективный процесс с помощью мультимедийных технологий
		Творческие технологии в рекламе	Умеет составлять коммуникационные послания творческой группе для осуществления мероприятий. Имеет опыт работы в творческой группе.
		Медиаобразование	Умеет определять показатели медиакомпетентности (мотивационный, контактный, информационный, перцептивный, интерпретационный/оценочный, практико-операционный, креативный) аудитории. Умеет организовывать мероприятия, направленные на формирование медиакультуры
		Организация и проведение коммуникационных кампаний	Знает методы построения внутренних и внешних коммуникаций в соответствии с миссией, видением и корпоративной философией
		Основы рекламы и публичных отношений в средствах массовой информации	Владеет навыками создания сообщений в рамках внутренних коммуникаций Владеет навыками планирования и организации мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
		Внутрикорпоративный PR	Знает факторы формирования лояльности сотрудников к организации Умеет исследовать и управлять внутренним имиджем организации Владеет инструментами нематериальной мотивации сотрудников к труду, работе в команде, лояльной организации; Владеет способами исследования внутренней среды организации для выявления проблем, требующих решения средствами внутрикорпоративного PR
		Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)	Знает принципы организации рекламной и PR-деятельности предприятия
		Производственная практика (профессионально-	Имеет опыт анализа элементов корпоративной идентичности



			творческая практика)	Умеет сформулировать предложения о совершенствованию коммуникаций, направленных на формирование корпоративной идентичности
--	--	--	----------------------	--

