Документ подписан квалифицированной электронной подписью
Сертификат: 03489EA3005E[illegible]
Владелец: "АНО ВО ""РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"
Действителен: с 28.05.2026 по 28.08.2027

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ**
**ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**
**«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Утверждаю
Проректор по учебной работе
_____ Г.А. Шабанов
«28» января 2026 г.

**Образовательная программа высшего образования**
**по направлению подготовки**
**42.04.01 Реклама и связи с общественностью**
**(уровень магистратура)**
**Цифровая коммуникация**

Образовательная программа рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета
28 января 2026 г., протокол № 96/162

Москва
2026 год

**Общая характеристика образовательной программы «Цифровая коммуникация» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

**1.1. ФГОС ВО, профессиональные стандарты и другие документы, положенные в основу разработки образовательной программы**

Образовательная программа «Цифровая коммуникация» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратура) разработана на основании приказа Министерства науки и высшего образования РФ «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» от 06 апреля 2021 г. № 245, в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 528, с Положением о порядке разработки и утверждения образовательных программ высшего образования - программ бакалавриата, программ специалитета, программ магистратуры, реализующих актуализированные федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования в АНО ВО «Российский новый университет» (приказ от 12.03.2021 г. № 80-о), с Положением о практической подготовке обучающихся в АНО ВО «Российский новый университет» (приказ от 09.10.2020 г. № 316-о), с Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в АНО ВО «Российский новый университет» (приказ от 06.03.2025 № 89-о).

Образовательная программа направлена на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности в области связи, информационных и коммуникационных технологии в соответствии с профессиональным стандартом «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 19 февраля 2019 г. N 95н, выполнению обобщенной трудовой функции по стратегическому планированию интернет-кампаний (код К), выполнению трудовых функций: разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (код К/02.7); составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (код К/03.7).

Образовательная программа «Цифровая коммуникация» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратура), в том числе оценочные и методические материалы, прошла экспертизу и имеет положительное экспертное заключение от управляющего партнера коммуникационного агентства «Идеи и решения» Пархоменко С.В.

Срок получения образования по программе магистратуры (вне зависимости от применяемых образовательных технологий) по очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 2 года.

Срок освоения образовательной программы по заочной форме обучения увеличен на 4 месяца по сравнению со сроком получения образования в очной форме обучения.

**1.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам.**

Лицам, завершившим обучение по образовательной программе и успешно прошедшим государственную итоговую аттестацию, на основании решения государственной экзаменационной комиссии присваивается квалификация «магистр» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

**1.3. Область (области) профессиональной деятельности и сфера (сферы) профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие образовательную программу, могут осуществлять профессиональную деятельность.**

Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).

**1.4. Типы задач профессиональной деятельности, к решению которых готовятся выпускники**

В рамках освоения программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью обучающиеся готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующего типа: организационно-управленческий.

**1.5. Направленность образовательной программы.**

Исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательских и материально-технических ресурсов Университета направленность программы магистратуры «Цифровая коммуникация» конкретизирует содержание программы в рамках направления подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью путем ориентации ее на область, сферы и тип задач профессиональной деятельности выпускников.

## 1.6-1.8. Планируемые результаты освоения образовательной программы, результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

| 42.04.01 Реклама и связи с общественностью | | | | |
|---|---|---|---|---|
| код | 1.6. Результаты освоения образовательной программы | Дисциплина, практика | 1.7. Результаты обучения по дисциплинам и практикам | 1.8. Индикаторы достижения компетенций |
| Универсальные компетенции | | | | |
| УК-1 | Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий | Критический анализ и методы решения проблемных ситуаций в науке | **Знать**:<br>УК-1-З1 Сущность критического анализа проблемных ситуаций<br>УК-1-З2 Философские аспекты проблемных ситуаций<br>УК-1-З3 Сущность научной парадигмы<br>УК-1-З4 Критерии решения проблемных ситуаций в науке<br>УК-1-З5 Подходы западных и российских ученых к разрешению проблемных ситуаций в науке<br>УК-1-З6 Пути разрешения проблемных ситуаций в науке<br>**Уметь**:<br>УК-1-У1 Осуществлять критический анализ проблемных ситуаций<br>УК-1-У2 Использовать системный подход в анализе критических ситуаций<br>УК-1-У3 Вырабатывать стратегию действий по разрешению проблемных ситуаций в науке<br>УК-1-У4 Анализировать научную деятельность и определять ее критерии<br>УК-1-У5 Использовать философские аспекты науки и научного познания<br>УК-1-У6 Использовать результаты анализа в профессиональной деятельности<br>**Владеть**:<br>УК-1-В1 Методами критического анализа проблемных ситуаций в науке<br>УК-1-В2 Навыками решения проблемных ситуаций в науке<br>УК-1-В3 Навыками использования результатов анализа в профессиональной деятельности<br>УК-1-В4 Методами системного анализа проблемных ситуаций<br>УК-1-В5 Способами определения научных парадигм<br>УК-1-В6 Навыками использования полученных результатов анализа для достижения поставленных научных задач | УК-1.1. Знает: анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними.<br>УК-1.2. Умеет: осуществляет поиск алгоритмов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации. Определяет в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей детальной разработке. Предлагает способы их решения.<br>УК-1.3. Владеет: разрабатывает стратегию достижения поставленной цели как последовательность шагов, предвидя результат каждого из них и оценивая их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности |
| | | Основы научных исследований в сфере коммуникаций | **Знать:**<br>УК-1-З 1. Знать содержание и сущность научной деятельности; особенности и типы научных исследований, ориентироваться в научных достижениях в профессиональной сфере.<br>УК-1-З 2. Знать алгоритм и основные этапы проведения научных исследований; существующие перспективные направления научных работ | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | в выбранном направлении.<br>УК-1-З 3. Знать особенности научной этики; современные методы активизации творчества.<br>УК-1-З 4. Знать отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования; современные методы исследования.<br>**Уметь:**<br>УК-1-У1. Уметь ставить задачи исследования; определять актуальность научного исследования; определять рамки научного исследования.<br>УК-1-У2. Уметь разрабатывать планы, программы и методики проведения исследования.<br>УК-1-У3. Уметь самостоятельно выполнять исследование для решения поставленных задач.<br>УК-1-У4. Уметь участвовать в коллективом исследовании в сфере своей профессиональной деятельности.<br>**Владеть:**<br>УК-1-В1. Владеть навыками определения целей исследования; постановки задачи исследования; навыками совместной работы в научных группах.<br>УК-1-В2. Владеть навыками составления обзоров научной литературы на тему исследования; навыками библиографического поиска по теме исследования.<br>УК-1-В3. Владеть навыками поиска, хранения и обработки интеллектуальной информации.<br>УК-1-В4. Владеть навыками анализа и синтеза, научными обобщениями, выводами и аргументирования соображений. | |
| УК-2 | Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла | Проектный менеджмент | **Знать**:<br>УК-2-З1 Специфику проектной деятельности в профессиональной сфере<br>УК-2-З2 Общие принципы проектной деятельности и ее значение в профессиональной сфере<br>УК-2-З3 Научные, теоретические и методические основы системы управления проектами<br>УК-2-З4 Методические подходы к планированию и реализации проектов<br>УК-2-З5 Методы принятия управленческих решений при планировании и реализации проектной деятельности<br>**Уметь**:<br>УК-2-У1 Планировать и организовывать проектную деятельность в профессиональной сфере<br>УК-2-У2 Планировать и распределять задачи между участниками проекта<br>УК-2-У3 Обосновывать управленческие решения в области проектирования организационных структур управления проектами<br>УК-2-У4 Эффективно организовывать работу в рамках команды проекта | УК-2.1. Знает: определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта, определяет этапы жизненного цикла проекта.<br>УК-2.2. Умеет: организует и координирует работу участников проекта, способствует конструктивному преодолению возникающих |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | УК-2-У5 Нести ответственность за своевременную передачу информации<br>**Владеть**:<br>УК-2-В1 Технологиями организации и управления проектной деятельности<br>УК-2-В2 Методами управления проектными командами и мониторинга выполнения проекта<br>УК-2-В3 Современными методами принятия управленческих решений по организации и управлению проектом<br>УК-2-В4 Навыками проектирования моделей организационных структур управления проектами<br>УК-2-В5 Методами анализа эффективности действующих организационных структур управления проектами | разногласий, обеспечивает работу команды необходимыми ресурсами.<br>УК-2.3. Владеет: представляет публично результаты проекта (или отдельных его этапов) в форме отчетов, статей, выступлений на научно-практических семинарах и конференциях и предлагает возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта (или осуществляет его внедрение) |
| УК-3 | Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели | Современные технологии командообразования в организации | **Знать**:<br>УК-3-З1 Сущность команды и подходы к ее определению<br>УК-3-З2 Сущность и условия эффективности общения и взаимодействия в команде<br>УК-3-З3 Сущность и разновидности командных стратегий достижения цели<br>УК-3-З4 Суть барьеров в общении между членами группы<br>**Уметь**:<br>УК-3-У1 Анализировать сущность команды и подходы разных авторов к определению этого понятия<br>УК-3-У2 Сравнивать разные уровни общения и взаимодействия в команде<br>УК-3-У3 Описывать разновидности командных стратегий достижения цели, приводить примеры<br>УК-3-У4 Анализировать суть барьеров в общении между членами группы<br>**Владеть**:<br>УК-3-В1 Приемами управления командной работой<br>УК-3-В2 Методами и приемами оценки эффективности общения и взаимодействия в команде<br>УК-3-В3 Приемами оценки командной стратегии достижения цели<br>УК-3-В4 Приемами анализа и определения сути барьеров в общении между членами группы | УК-3.1. Знает: планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды, организует обсуждение разных идей и мнений.<br>УК-3.2. Умеет: учитывает в профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (включая критические) людей, с которыми работает/ взаимодействует, в том числе посредством корректировки своих действий.<br>УК-3.3. Владеет: владеет навыками преодоления возникающих в команде разногласий и конфликтов на основе |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | | учета интересов всех сторон, предвидит результаты (последствия) как личных, так и коллективных действий |
| УК-4 | Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия | Деловые межкультурные коммуникации на иностранном языке | **Знать**:<br>УК-4-З1 Функционально-стилевые разновидности устной и письменной речи и дискурсивно-когнитивные условия ее реализации<br>УК-4-З2 Правила и технику перевода научного или профессионального текста с одного языка на другой<br>УК-4-З3 Принципы ведения академической и профессиональной дискуссии на иностранном языке<br>УК-4-З4 Принципы работы с различными источниками информации, в т.ч. статьями, монографиями и другими разновидностями научных текстов<br>УК-4-З5 Структурные и содержательные особенности устной и письменной коммуникации на профессиональные темы и принципы ее организации<br>**Уметь**:<br>УК-4-У1 Создавать творческие и научные работы (статьи, рефераты, доклады, презентации) по обозначенной теме в рамках профессиональной проблематики на иностранном языке<br>УК-4-У2 Создавать адекватный перевод профессионального или академического текста с иностранного языка на русский или с русского языка на иностранный с использованием словаря<br>УК-4-У3 Применять правила ведения дискуссии на иностранном языке<br>УК-4-У4 Анализировать и систематизировать информацию в области профессиональной деятельности из зарубежных источников<br>УК-4-У5 Понимать основное содержание академических и профессиональных текстов, в т.ч. статей, докладов и др.<br>**Владеть**:<br>УК-4-В1 Навыками создания текста соответствующей функционально-стилевой разновидности по профессиональной проблематике<br>УК-4-В2 Достаточным активным и пассивным запасом профессиональной лексики, включая фразеологические обороты, клише, устойчивые словосочетания и профессиональные термины, для перевода специальных текстов<br>УК-4-В3 Высоким уровнем речевой культуры, необходимым для выполнения профессиональных и академических задач в процессе ведения дискуссии<br>УК-4-В4 Навыками работы с различными источниками информации (словарями, справочниками различного типа, электронными ресурсами | УК-4.1. Знает: демонстрирует интегративные знания, необходимые для выполнения, письменного перевода и редактирования различных академических текстов (рефератов, эссе, обзоров, статей и т.д.).<br>УК-4.2. Умеет: представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные.<br>УК-4.3. Владеет: владеет жанрами письменной коммуникации в академической сфере, в том числе в условиях межкультурного взаимодействия |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | сети Интернет, научными работами) для осуществления самостоятельной поисково-познавательной деятельности при подборе информации в области профессиональной деятельности<br>УК-4-В5 Умением следить за ходом и понимать основную идею сообщений и докладов по профессиональным темам | |
| УК-5 | Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия | Культура и межкультурное взаимодействие | **Знать**:<br>УК-5-З1 Особенности и разнообразие культур<br>УК-5-З2 Особенности межкультурного взаимодействия<br>УК-5-З3 Негативные явления межкультурного общения<br>УК-5-З4 Сущность культурного шока и его причины<br>УК-5-З5 Соотношение культуры и цивилизации<br>УК-5-З6 Культуру как социально – психологическое явление<br>**Уметь**:<br>УК-5-У1 Прививать культуру межкультурного общения<br>УК-5-У2 Соблюдать правила межкультурного общения<br>УК-5-У3 Организовывать правильное взаимодействие представителей различных культур для выполнения стоящих задач<br>УК-5-У4 Предупреждать и разрешать межкультурные конфликты<br>УК-5-У5 Воспитывать у подчиненных толерантное отношение к представителям иных культур<br>УК-5-У6 Соотносить межкультурные ценности для создания условий эффективного межкультурного взаимодействия<br>**Владеть**:<br>УК-5-В1 Навыками межкультурного общения<br>УК-5-В2 Способами анализа особенностей и сущности различных культур<br>УК-5-В3 Культурой общения представителями различных культур<br>УК-5-В4 Методами организации межкультурного взаимодействия<br>УК-5-В5 Навыками поиска межкультурных ценностей для сближения представителей различных культур<br>УК-5-В6 Методами анализа и планирования работы по межкультурному взаимодействию | УК-5.1. Знает: учитывает сущность, разнообразие и особенности различных культур, их соотношение и взаимосвязь.<br>УК-5.2. Умеет: обеспечивает и поддерживает взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур и демонстрирует навыки общения в мире культурного многообразия.<br>УК-5.3. Владеет: владеет способами анализа разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации и находит пути их разрешения |
| | | Этнопсихология | **Знать**:<br>УК-5-З1 Предмет и задачи этнопсихологии<br>УК-5-З2 Содержание истории развития этнопсихологии в нашей стране и за рубежом<br>УК-5-З3 Природу и сущность этнопсихологических явлений<br>УК-5-З4 Содержание понятия «субъекты этнопсихологических явлений»<br>УК-5-З5 Методологию и методы изучения этнопсихологических явлений<br>УК-5-З6 Содержание этнопсихологических особенностей народов<br>**Уметь**:<br>УК-5-У1 Охарактеризовать современное состояние этнопсихологической | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | науки и практики<br>УК-5-У2 Охарактеризовать содержание истории развития этнопсихологии в нашей стране и за рубежом<br>УК-5-У3 Охарактеризовать природу и сущность этнопсихологических явлений<br>УК-5-У4 Охарактеризовать содержание понятия «субъекты этнопсихологических явлений»<br>УК-5-У5 Охарактеризовать методологию и методы изучения этнопсихологических явлений<br>УК-5-У6 Охарактеризовать содержание этнопсихологических особенностей народов<br>**Владеть**:<br>УК-5-В1 Методами этнопсихологии<br>УК-5-В2 Алгоритмом анализа методологических подходов в отечественной и зарубежной этнопсихологии<br>УК-5-В3 Алгоритмом анализа этнопсихологических явлений<br>УК-5-В4 Алгоритмом анализа особенностей субъектов этнопсихологических явлений<br>УК-5-В5 Методами изучения различных этнопсихологических явлений<br>УК-5-В6 Методами анализа этнопсихологических особенностей народов | |
| УК-6 | Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки | Технология персональной эффективности | **Знать**:<br>УК-6-З1 Сущность и ориентиры персональной эффективности личности<br>УК-6-З2 Ресурсы персональной эффективности и самореализации личности<br>УК-6-З3 Сущность и пути персональной эффективности<br>УК-6-З4 Сущность и факторы профессиональной ориентации и профессионального самоопределения личности<br>**Уметь**:<br>УК-6-У1 Применять способы оценки ресурсов личности<br>УК-6-У2 Применять способы планирования персональной эффективности личности<br>УК-6-У3 Разрабатывать программу персональной эффективности личности<br>УК-6-У4 Пользоваться способами оценки помех деятельности<br>**Владеть**:<br>УК-6-В1 Методами персональной эффективности<br>УК-6-В2 Приемами самореализации и использования творческого потенциала<br>УК-6-В3 Приемами консультирования по вопросам оптимизации персональной самоэффективности<br>УК-6-В4 Способами определения проблем и перспектив | УК-6.1. Знает: находит и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития.<br>УК-6.2. Умеет: самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя реалистические цели профессионального роста.<br>УК-6.3. Владеет: планирует профессиональную траекторию с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности, требований рынка труда, |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | профессиональной ориентации и профессионального самоопределения | имеющихся ресурсов |
| Общепрофессиональные компетенции | | | | |
| ОПК-1 | Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем | Планирование и реализация коммуникационной кампании | **Знать:**<br>ОПК-1-З 1. Знать профессиональные функции специалистов в области рекламы и связей с общественностью.<br>ОПК-1-З2. Знать информационные и документационные источники разных лет, касающиеся развития связей с общественностью.<br>ОПК-1-З 3. Знать содержание и методику коммуникационных кампаний и мероприятий.<br>ОПК-1-З 4. Знать основные технологии и методы планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий.<br>**Уметь:**<br>ОПК-1-У1. Уметь использовать технологии создания цифровых PR-проектов для продвижения компании.<br>ОПК-1-У2. Уметь планировать и проводить различные коммуникационные кампании и мероприятия.<br>ОПК-1-У3. Уметь применять современные методы и технологии в планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий.<br>ОПК-1-У4. Уметь анализировать и оценивать эффективность применения современных методов и технологий планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий.<br>**Владеть:**<br>ОПК-1-В1. Владеть навыками работы с источниками профессиональной информации для специалистов в области рекламы и связей с общественностью.<br>ОПК-1-В2. Владеть навыками работы с представителями различных культур.<br>ОПК-1-В3. Владеть навыками планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий.<br>ОПК-1-В4. Владеть навыками творческого подхода к организации коммуникационных кампаний и мероприятий. | ОПК-1.1. Знает: особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.<br>ОПК-1.2. Умеет: управлять процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем.<br>ОПК1.3. Владеет: навыками анализа изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем |
| | | Производственная практика: научно-исследовательская практика | **Знать:**<br>ОПК-1-З1 Потребности общества и индустрии<br>ОПК-1-З2 Виды медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-З3 Процесс создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-З4 Алгоритмы сбора и верификации информации<br>ОПК-1-З5 Нормы русского языка и изучаемого иностранного языка<br>ОПК-1-З6 Особенности невербальных знаковых систем | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | **Уметь:**<br>ОПК-1-У1 Анализировать потребности общества и индустрии<br>ОПК-1-У2 Различать виды медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-У3 Создавать медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты<br>ОПК-1-У4 Собирать и верифицировать информацию<br>ОПК-1-У5 Использовать нормы русского языка и изучаемого иностранного языка<br>ОПК-1-У6 Использовать невербальные знаковые системы<br>**Владеть:**<br>ОПК-1-В1 Навыками учета потребностей общества и индустрии при создании медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-В2 Навыками редактирования медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-В3 Навыками создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-В4 Навыками сбора и верификации информации<br>ОПК-1-В5Навыками использования норм русского и изучаемого иностранного языка<br>ОПК-1-В6Навыками использования невербальных знаковых систем. | |
| | | Производственная практика: преддипломная практика | **Знать:**<br>ОПК-1-З1 Методы планирования процесса создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-З2 Способы организации процесса создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-З3 Способы координирования процесса создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-З4 Потребности общества и индустрии<br>ОПК-1-З5 Виды медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-З6 Процесс создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-З7 Алгоритмы сбора и верификации информации<br>ОПК-1-З8Нормы русского языка и изучаемого иностранного языка<br>ОПК-1-З9 Особенности невербальных знаковых систем<br>**Уметь:**<br>ОПК-1-У1 Анализировать методы планирования процесса создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-У2 Анализировать способы организации процесса создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | ОПК-1-У3 Анализировать способы координирования процесса создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-У4 Анализировать потребности общества и индустрии<br>ОПК-1-У5 Анализировать виды медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-У6 Создавать медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты<br>ОПК-1-У7 Использовать алгоритмы сбора и верификации информации<br>ОПК-1-У8 Использовать нормы русского языка и изучаемого иностранного языка<br>ОПК-1-У9 Использовать особенности невербальных знаковых систем<br>**Владеть:**<br>ОПК-1-В1 Навыками анализа методов планирования процесса создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-В2 Навыками анализа способов организации процесса создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-В3 Навыками анализа способов координирования процесса создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-В4 Навыками учета потребностей общества и индустрии при создании медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-В5 Навыками редактирования медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-В6 Навыками создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-1-В7 Навыками сбора и верификации информации<br>ОПК-1-В8 Навыками использования норм русского и изучаемого иностранного языка<br>ОПК-1-В9 Навыками использования невербальных знаковых систем. | |
| ОПК-2 | Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | Оценка и прогнозирование социально-политической обстановки | **Знать:**<br>ОПК-2-З 1. Знать теоретические основы оценочно-прогностической деятельности.<br>ОПК-2-З 2. Знать социально-экономические, политические и культурные аспекты анализа изучаемой обстановки.<br>ОПК-2-З 3. Знать содержание информационной и аналитической работы.<br>ОПК-2-З 4. Знать сущность эмпирического уровня научного исследования.<br>ОПК-2-З 5. Знать значение и роль общенаучных и специфических методов анализа и оценки.<br>ОПК-2-З 6. Знать роль и место законов логики в информационно-аналитической деятельности.<br>**Уметь:**<br>ОПК-2-У1. Уметь использовать технологии исследований для обеспечения | ОПК-2.1. Знает: причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов.<br>ОПК-2.2. Умеет: анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов. |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | коммуникаций.<br>ОПК-2-У2. Уметь использовать системы, принципы и виды исследований в рекламе и связях с общественностью.<br>ОПК-2-У3. Уметь применять современные технологии, методы и методики исследований в целях обеспечения необходимого коммуникационного взаимодействия.<br>ОПК-2-У4. Уметь применять метод контент-анализа.<br>ОПК-2-У5. Уметь применять экспертные методы оценки.<br>ОПК-2-У6. Уметь устанавливать взаимосвязь основных понятий прогнозирования.<br>**Владеть:**<br>ОПК-2-В1. Владеть организацией и порядком проведения необходимых исследований.<br>ОПК-2-В2. Владеть методами сбора, систематизации, анализа и практического использования собранной информации.<br>ОПК-2-В3. Владеть методами анализа внутренних и международных контактов и коммуникаций.<br>ОПК-2-В4. Владеть пониманием роли оценки и прогноза в информационной деятельности.<br>ОПК-2-В5. Владеть навыками классификации социально-политической обстановки.<br>ОПК-2-В6. Владеть навыками подготовки выводов из оценки СПО. | ОПК-2.3. Владеет: навыками использования результатов анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов |
| | | Производственная практика: научно-исследовательская практика | **Знать:**<br>ОПК-2-З1 Тенденции развития общественных и государственных институтов<br>ОПК-2-З2 Методы анализа общественных и государственных институтов<br>ОПК-2-З3 Способы разностороннего освещения общественных и государственных институтов<br>ОПК-2-З4 Способы создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-2-З5 Принципы информационной политики общественных и государственных институтов<br>ОПК-2-З6 Коммуникативные технологии установления связей с общественными и государственными структурами<br>**Уметь:**<br>ОПК-2-У1 Анализировать тенденции развития общественных и государственных институтов<br>ОПК-2-У2 Применять методы анализа общественных и государственных институтов<br>ОПК-2-У3 Анализировать освещение общественных и государственных институтов | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | ОПК-2-У4 Создавать медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты<br>ОПК-2-У5 Применять принципы информационной политики общественных и государственных институтов<br>ОПК-2-У6 Применять коммуникативные технологии установления связей с общественными и государственными структурами<br>**Владеть:**<br>ОПК-2-В1 Навыками анализа тенденций развития общественных и государственных институтов<br>ОПК-2-В2 Навыками применения методов анализа общественных и государственных институтов<br>ОПК-2-В3 Навыками разностороннего освещения общественных и государственных институтов<br>ОПК-2-В4 Навыками создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-2-В5 Навыками применения принципов информационной политики общественных и государственных институтов<br>ОПК-2-В6 Навыками применения коммуникативных технологий установления связей с общественными и государственными структурами | |
| | | Производственная практика: преддипломная практика | **Знать:**<br>ОПК-2-З1 Тенденции развития общественных институтов<br>ОПК-2-З2 Тенденции развития государственных институтов<br>ОПК-2-З3 Методы анализа общественных институтов<br>ОПК-2-З4 Методы анализа государственных институтов<br>ОПК-2-З5 Способы разностороннего освещения общественных институтов<br>ОПК-2-З6 Способы разностороннего освещения государственных институтов<br>ОПК-2-З7 Способы создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-2-З8 Принципы информационной политики общественных и государственных институтов<br>ОПК-2-З9 Коммуникативные технологии установления связей с общественными и государственными структурами<br>**Уметь:**<br>ОПК-2-У1 Анализировать тенденции развития общественных институтов<br>ОПК-2-У2 Анализировать тенденции развития государственных институтов<br>ОПК-2-У3 Применять методы анализа общественных институтов<br>ОПК-2-У4 Применять методы анализа государственных институтов<br>ОПК-2-У5 Анализировать освещение общественных институтов | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | ОПК-2-У6 Анализировать освещение государственных институтов<br>ОПК-2-У7 Создавать медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты<br>ОПК-2-У8 Применять принципы информационной политики общественных и государственных институтов<br>ОПК-2-У9 Применять коммуникативные технологии установления связей с общественными и государственными структурами<br>**Владеть:**<br>ОПК-2-В1 Навыками анализа тенденций развития общественных институтов<br>ОПК-2-В2 Навыками анализа тенденций развития государственных институтов<br>ОПК-2-В3 Навыками анализа общественных институтов<br>ОПК-2-В4 Навыками анализа государственных институтов<br>ОПК-2-В5 Навыками разностороннего освещения общественных институтов<br>ОПК-2-В6 Навыками разностороннего освещения государственных институтов<br>ОПК-2-В7 Навыками создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-2-В8 Навыками применения принципов информационной политики общественных и государственных институтов<br>ОПК-2-В9 Навыками применения коммуникативных технологий установления связей с общественными и государственными структурами | |
| ОПК-3 | Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах | **Знать:**<br>ОПК-3-З 1. Знать информационные и документационные источники разных лет, касающиеся развития связей с общественностью.<br>ОПК-3-З 2. Знать профессиональные функции специалистов в области рекламы и связей с общественностью.<br>ОПК-3-З 3. Знать специфику подготовки и проведения коммуникационных кампаний.<br>ОПК-3-З 4. Знать информационные технологии, использующиеся в разных сферах деятельности.<br>ОПК-3-З 5. Знать новейшие тенденции в сфере рекламы и связей с общественностью.<br>**Уметь:**<br>ОПК-3-У1. Уметь пользоваться литературой, документацией и другой информацией. касающейся развития связей с общественностью.<br>ОПК-3-У2. Уметь осуществлять профессиональные функции специалистов в области рекламы и связей с общественностью.<br>ОПК-3-У3. Уметь разрабатывать и проводить коммуникационные | ОПК-3.1. Знает: этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса.<br>ОПК-3.2. Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов.<br>ОПК-3.3. Владеет: |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | кампании.<br>ОПК-3-У4. Уметь применять информационные технологии, использующиеся в разных сферах деятельности.<br>ОПК-3-У5. Уметь грамотно использовать информацию, получаемую из Интернет-источников.<br>**Владеть:**<br>ОПК-3-В1. Владеть навыками использования литературных и документационных источников.<br>ОПК-3-В2. Владеть профессиональными функциями специалистов в области рекламы и связей с общественностью.<br>ОПК-3-В3. Владеть навыками разработки и проведения коммуникационных кампаний.<br>ОПК-3-В4. Владеть навыками применения информационных технологий, использующихся в разных сферах деятельности.<br>ОПК-3-В5. Владеть навыками оперативной обработки информации и планирования деятельности. | навыками использования достижений отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов |
| | | Производственная практика: научно-исследовательская практика | **Знать:**<br>ОПК-3-З1 Многообразие достижений отечественной и мировой культуры<br>ОПК-3-З2 Культуроформирующие прецедентные тексты<br>ОПК-3-З3 Культурные ценности цивилизации<br>ОПК-3-З4 Способы использования прецедентных текстов в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-3-З5 Способы использования ценностей цивилизации в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-3-З6 Способы использования достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>**Уметь:**<br>ОПК-3-У1 Использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры<br>ОПК-3-У2 Анализировать культуроформирующие прецедентные тексты<br>ОПК-3-У3 Анализировать культурные ценности цивилизации<br>ОПК-3-У4 Использовать прецедентные тексы в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-3-У5 Использовать ценности цивилизации в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-3-У6 Использовать достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>**Владеть:**<br>ОПК-3-В1 Навыками использования многообразия достижений | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | отечественной и мировой культуры<br>ОПК-3-В2 Навыками анализа культуроформирующих прецедентныхх текстов<br>ОПК-3-В3 Навыками анализа культурных ценностей цивилизации<br>ОПК-3-В4 Навыками использования прецедентных текстов в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-3-В5 Навыками использования ценностей цивилизации в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-3-В6 Навыками использования достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов | |
| | | Производственная практика: преддипломная практика | **Знать:**<br>ОПК-3-З1 Многообразие достижений отечественной культуры<br>ОПК-3-З2 Многообразие достижений мировой культуры<br>ОПК-3-З3 Виды анализа достижений отечественной культуры<br>ОПК-3-З4 Виды анализа достижений мировой культуры<br>ОПК-3-З5 Культуроформирующие прецедентные тексты<br>ОПК-3-З6 Культурные ценности цивилизации<br>ОПК-3-З7 Способы использования прецедентных текстов в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-3-З8 Способы использования ценностей цивилизации в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-3-З9 Способы использования достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>**Уметь:**<br>ОПК-3-У1 Использовать многообразие достижений отечественной культуры<br>ОПК-3-У2 Использовать многообразие достижений мировой культуры<br>ОПК-3-У3 Анализировать достижения отечественной культуры<br>ОПК-3-У4 Анализировать достижения мировой культуры<br>ОПК-3-У5 Анализировать культуроформирующие прецедентные тексты<br>ОПК-3-У6 Анализировать культурные ценности цивилизации<br>ОПК-3-У7 Использовать прецедентные тексы в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-3-У8 Использовать ценности цивилизации в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-3-У9 Использовать достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов.<br>**Владеть:** | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | ОПК-3-В1 Навыками использования многообразия достижений отечественной культуры<br>ОПК-3-В2 Навыками использования многообразия достижений мировой культуры<br>ОПК-3-В3 Навыками анализа достижений отечественной культуры<br>ОПК-3-В4 Навыками анализа достижений мировой культуры<br>ОПК-3-В5 Навыками анализа культуроформирующих прецедентныхх текстов<br>ОПК-3-В6 Навыками анализа культурных ценностей цивилизации<br>ОПК-3-В7 Навыками использования прецедентных текстов в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-3-В8 Навыками использования ценностей цивилизации в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов<br>ОПК-3-В9 Навыками использования достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов | |
| ОПК-4 | Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты | Коммуникации в некоммерческом секторе | **Знать:**<br>ОПК-4-З 1. Знать современные методы решения задач в профессиональной сфере управления коммуникациями НКО.<br>ОПК-4-З 2. Знать особенности коммуникации между корпоративным, гражданским и государственным секторами, учитывая федеральную и региональную проблематику.<br>ОПК-4-З 3. Знать особенности коммуникации между корпоративным, гражданским и государственным секторами, учитывая международную проблематику.<br>ОПК-4-З 4. Знать фактическое состояние и тенденции законодательного регулирования коммуникаций в сфере НКО.<br>**Уметь:**<br>ОПК-4-У1. Уметь генерировать идеи, разрабатывать концепции коммуникационных программ.<br>ОПК-4-У2. Уметь осуществлять руководство коммуникационными кампаниями, процессом медиапланирования.<br>ОПК-4-У3. Уметь вести переговоры с представителями различных целевых аудиторий в сфере НКО.<br>ОПК-4-У4. Уметь строить профессиональную деятельность, бизнес и делать выбор, руководствуясь принципами социальной ответственности.<br>**Владеть:**<br>ОПК-4-В1. Владеть навыками разработки коммуникационной стратегии взаимодействия государства, бизнеса и гражданского общества в России и на международном уровне.<br>ОПК-4-В2. Владеть навыками межличностного общения в | ОПК-4.1. Знает: интерпретацию данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп<br>ОПК-4.2. Умеет: организовывать процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке реализации иных коммуникационных продуктов<br>ОПК-4.3. Владеет: навыками подготовки текста рекламы и связей с общественностью и иных |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | профессиональной среде, в том числе в международной сфере.<br>ОПК-4-В3. Владеть навыками определения общих целей в корпоративной и социальной сферах.<br>ОПК-4-В4. Владеть навыками структурирования деятельности в корпоративной сфере на основе принципов социальной ответственности. | коммуникационных продуктов с учетом потребностей общества и интересов аудитории |
| | | Производственная практика: научно-исследовательская практика | **Знать:**<br>ОПК-4-З1 Потребности общества и интересы аудитории<br>ОПК-4-З2 Целевые и ключевые аудитории компании<br>ОПК-4-З3 Спрос на медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты<br>ОПК-4-З4 Стратегии и тактики эффективной коммуникации<br>ОПК-4-З5 Нормативные, коммуникативные и этические аспекты культуры речевого общения<br>ОПК-4-З6 Систему аргументации в зависимости от целей коммуникации и специфики аудитории<br>**Уметь:**<br>ОПК-4-У1 Анализировать потребности общества и интересы аудитории<br>ОПК-4-У2 Определять целевые и ключевые аудитории компании<br>ОПК-4-У3 Анализировать спрос на медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты<br>ОПК-4-У4 Выстраивать стратегию и тактику эффективной коммуникации<br>ОПК-4-У5 Применять нормативные, коммуникативные и этические аспекты культуры речевого общения<br>ОПК-4-У6 Аргументировать в зависимости от целей коммуникации и специфики аудитории<br>**Владеть:**<br>ОПК-4-В1 Методикой маркетинговых исследований<br>ОПК-4-В2 Методикой маркетинговых исследований в сервисе<br>ОПК-4-В3 Методикой определения эффективности маркетинговых исследований<br>ОПК-4-В4 Методикой определения эффективности маркетинговых исследований в сервисе<br>ОПК-4-В5 Методикой выбора форм проведения маркетингового исследования в зависимости от внешней среды<br>ОПК-4-В6 Методикой выбора форм проведения маркетингового исследования в зависимости от внешней среды в сервисе | |
| | | Производственная практика: преддипломная практика | **Знать:**<br>ОПК-4-З1 Потребности общества<br>ОПК-4-З2 Интересы аудитори<br>ОПК-4-З3 Целевые и ключевые аудитории компании<br>ОПК-4-З4 Спрос на медиатексты, медиапродукты, коммуникационные | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | продукты<br>ОПК-4-З5 Нормативные аспекты культуры речевого общения<br>ОПК-4-З6 Коммуникативные аспекты культуры речевого общения<br>ОПК-4-З7 Этические аспекты культуры речевого общения<br>ОПК-4-З8 Стратегии и тактики эффективной коммуникации<br>ОПК-4-З9 Систему аргументации в зависимости от целей коммуникации и специфики аудитории<br>**Уметь:**<br>ОПК-4-У1 Анализировать потребности общества<br>ОПК-4-У2 Анализировать интересы аудитории<br>ОПК-4-У3 Определять целевые и ключевые аудитории компании<br>ОПК-4-У4 Анализировать спрос на медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты<br>ОПК-4-У5 Применять нормативные аспекты культуры речевого общения<br>ОПК-4-У6 Применять коммуникативные аспекты культуры речевого общения<br>ОПК-4-У7 Применять этические аспекты культуры речевого общения<br>ОПК-4-У8 Выстраивать стратегию и тактику эффективной коммуникации<br>ОПК-4-У9 Аргументировать в зависимости от целей коммуникации и специфики аудитории<br>**Владеть:**<br>ОПК-4-В1 Навыками анализа потребностей общества<br>ОПК-4-В2 Навыками анализа интересов аудитории<br>ОПК-4-В3 Навыками определения целевых и ключевых аудиторий компании<br>ОПК-4-В4 Навыками анализ спроса на медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты<br>ОПК-4-В5 Навыками применения нормативных принципов культуры речевого общения<br>ОПК-4-В6 Навыками применения коммуникативных принципов культуры речевого общения<br>ОПК-4-В7 Навыками применения этических принципов культуры речевого общения<br>ОПК-4-В8 Навыками построения стратегии и тактики эффективной коммуникации<br>ОПК-4-В9 Навыками аргументации в зависимости от целей коммуникации и специфики аудитории | |
| ОПК-5 | Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития | Коммуникации со средствами массовой информации | **Знать:**<br>ОПК-5-З 1. Знать основные понятия цели и задачи медиатекста.<br>ОПК-5-З 2. Знать сферы применения различных видов текста.<br>ОПК-5-З 3. Знать специфику работы в различных видах СМИ. | ОПК-5.1. Знает: особенности политических, экономических факторов, |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | | ОПК-5-З 4. Знать целевое назначение рекламных текстов.<br>**Уметь:**<br>ОПК-5-У1. Уметь находить читательский адрес и целевое назначение текста.<br>ОПК-5-У2. Уметь работать с источниками информации по поиску и верификация.<br>ОПК-5-У3. Уметь взаимодействовать с журналистами, составлять, обновлять и поддерживать базу контактов.<br>ОПК-5-У4. Уметь работать с фактами, цифрами и цитатами.<br>**Владеть:**<br>ОПК-5-В1. Владеть навыками работы с медиатекстом в печатных СМИ.<br>ОПК-5-В2. Владеть навыками языка и стиля теленовостей.<br>ОПК-5-В3. Владеть навыками написания эффективной адресной рассылки.<br>ОПК-5-В4. Владеть навыками работы с медиатекстом в рекламном агентстве. | правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях<br>ОПК-5.2. Умеет: использовать выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов<br>ОПК-5.3. Владеет: навыками разработки коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования |
| | | Производственная практика: научно-исследовательская практика | **Знать:**<br>ОПК-5-З1 Тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира<br>ОПК-5-З2 Политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем<br>ОПК-5-З3 Правовые и этические нормы регулирования медиакоммуникационных систем<br>ОПК-5-З4 Базовые принципы формирования системы СМИ<br>ОПК-5-З5 Основные организационные формы медиаиндустрии<br>ОПК-5-З6 Специфику социальных медиа как нового типа средств массовой информации и коммуникации<br>**Уметь:**<br>ОПК-5-У1 Анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира<br>ОПК-5-У2 Анализировать политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем<br>ОПК-5-У3 Применять и этические нормы регулирования медиакоммуникационных систем<br>ОПК-5-У4 Ориентироваться в информационных потоках современного мира<br>ОПК-5-У5 Использовать полученные знания в коллективной и индивидуальной работе со СМИ<br>ОПК-5-У6 Организовать работу с социальными медиа как новым типом СМИ<br>**Владеть:** | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | ОПК-5-В1 Навыками анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира<br>ОПК-5-В2 Навыками анализа политических и экономических механизмов механизмов функционирования медиакоммуникационных систем<br>ОПК-5-В3 Навыками применения правовых и этических норм регулирования медиакоммуникационных систем<br>ОПК-5-В4 Методами научного знания и инструментами критического мышления<br>ОПК-5-В5 Системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ<br>ОПК-5-В6 Навыками использования социальных медиа в профессиональной деятельности | |
| | | Производственная практика: преддипломная практика | **Знать:**<br>ОПК-5-З1 Тенденциий развития медиакоммуникационных систем региона<br>ОПК-5-З2 Тенденции развития медиакоммуникационных систем страны<br>ОПК-5-З3 Тенденции развития медиакоммуникационных мира<br>ОПК-5-З4 Политические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем<br>ОПК-5-З5 Экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем<br>ОПК-5-З6 Правовые нормы регулирования медиакоммуникационных систем<br>ОПК-5-З7 Этические нормы регулирования медиакоммуникационных систем<br>ОПК-5-З8 Основные организационные формы медиаиндустрии<br>ОПК-5-З9 Специфику социальных медиа как нового типа средств массовой информации и коммуникации<br>**Уметь:**<br>ОПК-5-У1 Анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона<br>ОПК-5-У2 Анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем страны<br>ОПК-5-У3 Анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем мира<br>ОПК-5-У4 Анализировать политические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем<br>ОПК-5-У5 Анализировать экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем<br>ОПК-5-У6 Применять правовые нормы регулирования медиакоммуникационных систем<br>ОПК-5-У7 Применять этические нормы регулирования | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | медиакоммуникационных систем<br>ОПК-5-У8 Использовать полученные знания в коллективной и индивидуальной работе со СМИ<br>ОПК-5-У9 Организовать работу с социальными медиа как новым типом СМИ<br>**Владеть:**<br>ОПК-5-В1 Навыками анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем региона<br>ОПК-5-В2 Навыками анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем страны<br>ОПК-5-В3 Навыками анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем мира<br>ОПК-5-В4 Навыками анализа политических механизмов функционирования медиакоммуникационных систем<br>ОПК-5-В5 Навыками анализа экономических механизмов функционирования медиакоммуникационных систем<br>ОПК-5-В6 Навыками применения правовых норм регулирования медиакоммуникационных систем<br>ОПК-5-В7 Навыками применения этических норм регулирования медиакоммуникационных систем<br>ОПК-5-В8 Системным подходом и основанным на нем методом типологического анализа СМИ<br>ОПК-5-В9 Навыками использования социальных медиа в профессиональной деятельности | |
| ОПК-6 | Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии | Инструменты цифровых коммуникаций | **Знать:**<br>ОПК-6-З 1. Знать об инструментарии, используемом для креативных и коммуникационных стратегий в Интернет.<br>ОПК-6-З 2. Знать специфику различных медиа каналов и точек контакта с потребителем.<br>ОПК-6-З 3. Знать способы разработки технико-экономических обоснований проектов.<br>ОПК-6-З 4. Знать структуру рынка цифровых коммуникаций в России.<br>**Уметь:**<br>ОПК-6-У1. Уметь уверенно обосновывать необходимость применения технологических решений для разных целей интернет-маркетинга.<br>ОПК-6-У2. Уметь обосновывать необходимость площадок и платформ исходя из фактических и статистических данных.<br>ОПК-6-У3. Уметь корректно интерпретировать параметры для оценки рекламной кампании.<br>ОПК-6-У4. Уметь корректно соотносить цели и показатели эффективности между собой. | ОПК-6.1. Знает:<br>актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем, а именно модернизации технического оборудования и программного обеспечения, необходимых для принятия профессиональных решений<br>ОПК-6.2. Умеет:<br>отбирать и внедрять в профессиональную |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | **Владеть:**<br>ОПК-6-В1. Владеть навыками подбора подходящих платформ, площадок, форматов для реализации целей рекламных кампаний.<br>ОПК-6-В2. Владеть навыками составления медиапланов.<br>ОПК-6-В3. Владеть навыками распознавания цели рекламных кампаний в программатике, контекстной рекламе и рекламе в социальных сетях.<br>ОПК-6-В4. Владеть навыками использования верного инструментария для достижения цели рекламных кампаний. | деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение, соответствующие актуальным тенденциям развития медиакоммуникационных систем<br>ОПК-6.3. Владеет: навыками анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира |
| | | Производственная практика: научно-исследовательская практика | **Знать:**<br>ОПК-6-З1 Современные технические средства<br>ОПК-6-З2 Современные информационно-коммуникационные технологии<br>ОПК-6-З3 Процесс медиапроизводства<br>ОПК-6-З4 Способы использования в процессе медиапроизводства современных технических средств<br>ОПК-6-З5 Способы использования в процессе медиапроизводства современных информационно-коммуникационных технологий<br>ОПК-6-З6 Способы внедрения в процесс медиапроизводства современных технических средств и информационно- коммуникационных технологий<br>**Уметь:**<br>ОПК-6-У1 Работать с современными техническими средствами<br>ОПК-6-У2 Работать с современными информационно-коммуникационными технологиями<br>ОПК-6-У3 Производить медиапродукты<br>ОПК-6-У4 Использовать в процессе медиапроизводства современные технические средства<br>ОПК-6-У5 Использовать в процессе медиапроизводства современные информационно-коммуникационные технологии<br>ОПК-6-У6 Отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно- коммуникационные технологии<br>**Владеть:**<br>ОПК-6-В1 Навыками работы с современными техническими средствами<br>ОПК-6-В2 Навыками работы с современными информационно-коммуникационными технологиями<br>ОПК-6-В3 Навыками производства медиапродуктов<br>ОПК-6-В4 Навыками использования в процессе медиапроизводства современных технических средств<br>ОПК-6-В5 Навыками использования в процессе медиапроизводства современных информационно-коммуникационных технологий<br>ОПК-6-В6 Навыками внедрения в процесс медиапроизводства современных технических средств и информационно- коммуникационных | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | технологий. | |
| | | Производственная практика: преддипломная практика | **Знать:**<br>ОПК-6-З1 Современные технические средства<br>ОПК-6-З2 Современные информационно-коммуникационные технологии<br>ОПК-6-З3 Методы отбора современных технических средств<br>ОПК-6-З4 Методы отбора современных информационно-коммуникационных технологий<br>ОПК-6-З5 Способы внедрения современных технических средств<br>ОПК-6-З6 Способы внедрения современных информационно-коммуникационных технологий<br>ОПК-6-З7 Процесс медиапроизводства<br>ОПК-6-З8 Способы использования в процессе медиапроизводства современных технических средств<br>ОПК-6-З9 Способы внедрения в процесс медиапроизводства современных технических средств и информационно- коммуникационных технологий<br>**Уметь:**<br>ОПК-6-У1 Работать с современными техническими средствами<br>ОПК-6-У2 Работать с современными информационно-коммуникационными технологиями<br>ОПК-6-У3 Производить отбор современных технических средств<br>ОПК-6-У4 Производить отбор современных информационно-коммуникационных технологий<br>ОПК-6-У5 Использовать в процессе медиапроизводства современные технические средства<br>ОПК-6-У6 Использовать в процессе медиапроизводства современные информационно-коммуникационные технологии<br>ОПК-6-У7 Производить медиапродукты<br>ОПК-6-У8 Использовать в процессе медиапроизводства современные технические средства<br>ОПК-6-У9 Использовать в процессе медиапроизводства современные информационно-коммуникационные технологии<br>**Владеть:**<br>ОПК-6-В1 Навыками работы с современными техническими средствами<br>ОПК-6-В2 Навыками работы с современными информационно-коммуникационными технологиями<br>ОПК-6-В3 Навыками отбора современных технических средств<br>ОПК-6-В4 Навыками отбора современных информационно-коммуникационных технологий<br>ОПК-6-В5 Навыками использования в процессе медиапроизводства современных технических средств<br>ОПК-6-В6 Навыками использования в процессе медиапроизводства | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | современных информационно-коммуникационных технологий<br>ОПК-6-В7 Навыками производства медиапродуктов<br>ОПК-6-В8 Навыками использования в процессе медиапроизводства современных технических средств<br>ОПК-6-В9 Навыками использования в процессе медиапроизводства современных информационно-коммуникационных технологий | |
| ОПК-7 | Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности | Современные проблемы коммуникативистики | **Знать:**<br>ОПК-7-З 1. Знать коммуникационные потребности и коммуникационные проблемы организации.<br>ОПК-7-З 2. Знать сущность и значение коммуникации в развитии современного информационного общества.<br>ОПК-7-З 3. Знать основные требования к выработке стратегии коммуникации и функциональных стратегий.<br>ОПК-7-З 4. Знать психологические эффекты коммуникации.<br>**Уметь:**<br>ОПК-7-У1. Уметь анализировать коммуникативную ситуацию.<br>ОПК-7-У2. Уметь поддерживать внутреннюю и внешнюю коммуникации.<br>ОПК-7-У3. Уметь организовывать информационно-коммуникативную деятельность в интересах организации.<br>ОПК-7-У4. Уметь предупреждать дисфункции в организационных коммуникациях.<br>**Владеть:**<br>ОПК-7-В1. Владеть навыками сбора, анализа и структурирования информации при подготовке коммуникационных мероприятий.<br>ОПК-7-В2. Владеть навыками использования кодов коммуникации<br>ОПК-7-В3. Владеть навыками планирования коммуникационных мероприятий.<br>ОПК-7-В4. Владеть навыками планирования коммуникационных кампаний. | ОПК-7.1. Знает: закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности<br>ОПК-7.2. Умеет: осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений<br>ОПК-7.3. Владеет: навыками применения принципов социальной ответственности при разработке и реализации коммуникационного продукта |
| | | Производственная практика: научно-исследовательская практика | **Знать:**<br>ОПК-7-З1 Критерии оценки эффектов в медиасфере<br>ОПК-7-З2 Принципы социальной ответственности<br>ОПК-7-З3 Нормы деловой и профессиональной этики<br>ОПК-7-З4 Моральные критерии рекламной и PR-деятельности<br>ОПК-7-З5 Виды эффектов в медиасфере<br>ОПК-7-З6 Типовые сценарии медиареагирования<br>**Уметь:**<br>ОПК-7-У1 Определять критерии оценки эффектов в медиасфере<br>ОПК-7-У2 Анализировать и применять принципы социальной ответственности<br>ОПК-7-У3 Применять нормы деловой и профессиональной этики | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | ОПК-7-У4 Применять моральные критерии рекламной и PR- деятельности<br>ОПК-7-У5 Анализировать эффекты в медиасфере<br>ОПК-7-У6 Прогнозировать возможные эффекты в медиасфере<br>**Владеть:**<br>ОПК-7-В1 Навыками определения критериев оценки эффектов в медиасфере<br>ОПК-7-В2 Навыками анализа и применения принципов социальной ответственности<br>ОПК-7-В3 Навыками применения норм деловой и профессиональной этики<br>ОПК-7-В4 Навыками применения моральных критериев рекламной и PR-деятельности<br>ОПК-7-В5 Навыками анализа эффектов в медиасфере<br>ОПК-7-В6 Навыками прогноза эффектов в медиасфере | |
| | | Производственная практика: преддипломная практика | **Знать:**<br>ОПК-7-З1 Виды эффектов в медиасфере<br>ОПК-7-З2 Принципы социальной ответственности<br>ОПК-7-З3 Критерии оценки эффектов в медиасфере<br>ОПК-7-З4 Методы прогнозирования эффектов в медиасфере<br>ОПК-7-З5 Нормы деловой и профессиональной этики<br>ОПК-7-З6 Моральные критерии рекламной и PR-деятельности<br>ОПК-7-З7 Типовые сценарии медиареагирования<br>ОПК-7-З8 Сущность и значение коммуникации в развитии современного информационного общества<br>ОПК-7-З9 Коммуникационные потребности и коммуникационные проблемы организации<br>**Уметь:**<br>ОПК-7-У1 Анализировать эффекты в медиасфере<br>ОПК-7-У2 Анализировать и применять принципы социальной ответственности<br>ОПК-7-У3 Определять критерии оценки эффектов в медиасфере<br>ОПК-7-У4 Прогнозировать возможные эффекты в медиасфере<br>ОПК-7-У5 Применять нормы деловой и профессиональной этики<br>ОПК-7-У6 Применять моральные критерии рекламной и PR- деятельности<br>ОПК-7-У7 Использовать типовые сценарии медиареагирования<br>ОПК-7-У8 Анализировать коммуникативную ситуацию<br>ОПК-7-У9 Поддерживать внутреннюю и внешнюю коммуникацию<br>**Владеть:**<br>ОПК-7-В1 Навыками анализа эффектов в медиасфере<br>ОПК-7-В2 Навыками анализа и применения принципов социальной ответственности | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | ОПК-7-В3 Навыками определения критериев оценки эффектов в медиасфере<br>ОПК-7-В4 Навыками прогноза эффектов в медиасфере<br>ОПК-7-В5 Навыками применения норм деловой и профессиональной этики<br>ОПК-7-В6 Навыками применения моральных критериев рекламной и PR-деятельности<br>ОПК-7-В7 Навыками использования типовых сценариев медиареагирования<br>ОПК-7-В8 Навыками сбора, анализа и структурирования информации при подготовке коммуникационных мероприятий<br>ОПК-7-В9 Навыками использования кодов коммуникации | |
| Профессиональные компетенции | | | | |
| ПК-1 | Способен к управлению эффективной коммуникационной инфраструктурой организации | Управление коммуникационной службой организации | **Знать:**<br>ПК-1-З 1. Знать структуру, функции, задачи и направления деятельности служб рекламы и связей с общественностью.<br>ПК-1-З 2. Знать методы и приемы, применяемые PR-специалистами при планировании и осуществлении коммуникационные кампании и мероприятия.<br>ПК-1-З 3. Знать основные положения нормативно-правовых документов (российских и международных), регламентирующих деятельность в указанной области.<br>ПК-1-З 4. Знать рамки персональной ответственности руководителя службы рекламы и связей с общественностью организации.<br>**Уметь:**<br>ПК-1-У1. Уметь руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью.<br>ПК-1-У2. Уметь руководить деятельностью служб рекламы и связей с общественностью в организациях разных типов.<br>ПК-1-У3. Уметь применять основные положения нормативно-правовых документов (российских и международных), регламентирующих деятельность в указанной области.<br>ПК-1-У4. Уметь нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности.<br>**Владеть:**<br>ПК-1-В1. Владеть навыками подготовки организационно-распорядительной и специальной (заявление о миссии организации, план работы отдела, отчет о работе и др.) документации.<br>ПК-1-В2. Владеть навыками руководства деятельностью служб рекламы и связей с общественностью в организациях разных типов.<br>ПК-1-В3. Владеть методами оценки эффективности коммуникационных | ПК-1.1. Знает: инструменты и методы управления эффективной коммуникационной инфраструктурой организации<br>ПК-1.2. Умеет: осуществлять управление эффективной коммуникационной инфраструктурой организации<br>ПК-1.3. Владеет: системами оценки эффективности управление коммуникационной инфраструктурой организации |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | кампаний и мероприятий.<br>ПК-1-В4. Владеть навыками персональной ответственности руководителя службы рекламы и связей с общественностью организации. | |
| | | Антикризисные коммуникации | **Знать:**<br>ПК-1-З 1. Знать основы теории коммуникации и классических технологий антикризисного PR.<br>ПК-1-З 2. Знать основы технологий управления коммуникациями в традиционной коммуникационной среде — СМИ.<br>ПК-1-З 3. Знать основы технологий управления коммуникациями в новой коммуникационной среде — блогосферы, социальных сетей, digital-коммуникаций.<br>ПК-1-З 4. Знать методологические основы моделирования антикризисных PR-кампаний в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности.<br>**Уметь:**<br>ПК-1-У1. Уметь прогнозировать, оценивать кризисные явления.<br>ПК-1-У2. Уметь планировать антикризисные мероприятия.<br>ПК-1-У3. Уметь планировать антикризисные кампании.<br>ПК-1-У4. Уметь прогнозировать развитие социальных и коммуникативных процессов.<br>**Владеть:**<br>ПК-1-В1. Владеть навыками управления нейтрализации коммуникационных кризисов.<br>ПК-1-В2. Владеть навыками творческого мышления.<br>ПК-1-В3. Владеть навыками решения конкретных задач с помощью современных технологий антикризисного PR.<br>ПК-1-В4. Владеть навыками разработки планов антикризисных коммуникаций. | |
| | | Внутрикорпоративные коммуникации | **Знать:**<br>ПК-1-З 1. Знать особенности взаимосвязи внутренних коммуникаций с корпоративной культурой компании.<br>ПК-1-З 2. Знать цели и задачи отдела внутрикорпоративных коммуникаций компании.<br>ПК-1-З 3. Знать предпосылки роста актуальности внутренних коммуникаций (IC) и основные тенденции развития IC в мире.<br>ПК-1-З 4. Знать приемы и методы работы в системе внутрикорпоративных коммуникаций, особенности оценки эффективности внутренних коммуникаций в компании.<br>**Уметь:**<br>ПК-1-У1. Уметь применять полученные теоретические знания для аргументированных суждений по вопросам управления | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | внутрикорпоративными коммуникациями.<br>ПК-1-У2. Уметь применять полученные практические знания для управления внутрикорпоративными коммуникациями.<br>ПК-1-У3. Уметь анализировать закономерности развития коммуникационных процессов.<br>ПК-1-У4. Уметь выявлять тенденции, оценить их современное состояние при решении задач в профессиональной деятельности.<br>**Владеть:**<br>ПК-1-В1. Владеть навыками анализа и решения конкретных ситуаций в сфере внутрикорпоративных коммуникаций.<br>ПК-1-В2. Владеть навыками использования инструментов внутрикорпоративных коммуникаций.<br>ПК-1-В3. Владеть навыками выстраивания двусторонних коммуникаций и организации системы внутренних коммуникаций.<br>ПК-1-В4. Владеть методами оценки и исследования мнения персонала о различных аспектах корпоративной культуры, каналах коммуникаций, вовлеченности, лояльности и т.д. | |
| | | Производственная практика: профессионально-творческая практика | **Знать:**<br>ПК-1-З1 Способы управления коммуникационной инфраструктурой организации<br>ПК-1-З2 Критерии эффективности коммуникационной инфраструктуры организации<br>ПК-1-З3 Структуру служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-З4 Функции служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-З5 Задачи служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-З6 Направления деятельности служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-З7 Методы и приемы планирования и осуществления коммуникационных кампаний<br>ПК-1-З8 Методы и приемы планирования и осуществления мероприятий<br>ПК-1-З9 Основные положения нормативно-правовых документов, регламентирующих деятельность в указанной области<br>ПК-1-З10 Рамки персональной ответственности руководителя службы рекламы и связей с общественностью организации<br>ПК-1-З11 Профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-З12 Способы взаимодействия служб рекламы и связей с общественностью с руководством и другими подразделениями компании<br>ПК-1-З13 Технологии производственных процессов служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-З14 Квалификационные характеристики и наборы компетенций | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | сотрудников служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-З15 Виды организационно-распорядительной и специальной (заявление о миссии организации, план работы отдела, отчет о работе и др.) документации<br>**Уметь:**<br>ПК-1-У1 Управлять коммуникационной инфраструктурой организации<br>ПК-1-У2 Разрабатывать критерии эффективности коммуникационной инфраструктуры организации<br>ПК-1-У3 Разрабатывать структуру служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-У4 Анализировать функции служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-У5 Анализировать задачи служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-У6 Руководить деятельностью служб рекламы и связей с общественностью в организациях разных типов<br>ПК-1-У7 Анализировать эффективность коммуникационных кампаний<br>ПК-1-У8 Анализировать эффективность мероприятий<br>ПК-1-У9 Применять основные положения нормативно-правовых документов, регламентирующих деятельность в указанной области<br>ПК-1-У10 Нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности<br>ПК-1-У11 Руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-У12 Анализировать взаимодействие служб рекламы и связей с общественностью с руководством и другими подразделениями компании<br>ПК-1-У13 Анализировать технологии производственных процессов служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-У14 Анализировать квалификационные характеристики и наборы компетенций сотрудников служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-У15 Разрабатывать организационно-распорядительную и специальную (заявление о миссии организации, план работы отдела, отчет о работе и др.) документацию.<br>**Владеть:**<br>ПК-1-В1 Навыками управления коммуникационной инфраструктурой организации<br>ПК-1-В2 Методами оценки эффективности коммуникационной инфраструктуры организации<br>ПК-1-В3 Навыками разработки структуры служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-В4 Навыками использования функций служб рекламы и связей с | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | общественностью<br>ПК-1-В5 Постановки задач службам рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-В6 Навыками руководства деятельностью служб рекламы и связей с общественностью в организациях разных типов<br>ПК-1-В7 Методами оценки эффективности коммуникационных кампаний<br>ПК-1-В8 Методами оценки эффективности мероприятий<br>ПК-1-В9 Навыками работы с нормативно-правовыми документами, регламентирующими деятельность в указанной области<br>ПК-1-В10 Навыками персональной ответственности руководителя службы рекламы и связей с общественностью организации<br>ПК-1-В11 Навыками руководства и осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-В12 Навыками взаимодействия с руководством и другими подразделениями компании<br>ПК-1-В13 Навыками анализа производственных процессов служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-В14 Навыками анализа квалификационных характеристик и наборов компетенций сотрудников служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-В15 Навыками подготовки организационно- распорядительной и специальной (заявление о миссии организации, план работы отдела, отчет о работе и др.) документации | |
| | | Производственная практика: преддипломная практика | **Знать:**<br>ПК-1-З1 Способы управления коммуникационной инфраструктурой организации<br>ПК-1-З2 Критерии эффективности коммуникационной инфраструктурой организации<br>ПК-1-З3 Структуру и функции служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-З4 Задачи и направления деятельности служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-З5 Методы и приемы планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий<br>ПК-1-З6 Способы взаимодействия служб рекламы и связей с общественностью с руководством и другими подразделениями компании<br>ПК-1-З7 Технологии производственных процессов служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-З8 Квалификационные характеристики и наборы компетенций сотрудников служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-З9 Виды организационно-распорядительной и специальной (заявление о миссии организации, план работы отдела, отчет о работе и др.) документации. | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | **Уметь:**<br>ПК-1-У1 Управлять коммуникационной инфраструктурой организации<br>ПК-1-У2 Разрабатывать критерии эффективности коммуникационной инфраструктуры организации<br>ПК-1-У3 Анализировать структуру и функции служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-У4 Анализировать задачи и направления деятельности служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-У5 Анализировать эффективность коммуникационных кампаний и мероприятий<br>ПК-1-У6 Анализировать взаимодействие служб рекламы и связей с общественностью с руководством и другими подразделениями компании<br>ПК-1-У7 Анализировать технологии производственных процессов служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-У8 Анализировать квалификационные характеристики и наборы компетенций сотрудников служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-У9 Разрабатывать организационно-распорядительную и специальную (заявление о миссии организации, план работы отдела, отчет о работе и др.) документацию<br>**Владеть:**<br>ПК-1-В 1Навыками управления коммуникационной инфраструктурой организации<br>ПК-1-В2 Методами оценки эффективности коммуникационной инфраструктуры организации<br>ПК-1-В3 Навыками разработки структуры, использования функций служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-В4 Навыками постановки задач службам рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-В5 Методами оценки эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий<br>ПК-1-В6 Навыками взаимодействия с руководством и другими подразделениями компании<br>ПК-1-В7 Навыками анализа производственных процессов служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-В8 Навыками анализа квалификационных характеристик и наборов компетенций сотрудников служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-1-В9 Навыками подготовки организационно- распорядительной и специальной (заявление о миссии организации, план работы отдела, отчет о работе и др.) документации | |
| ПК-2 | Способен к исследованию и планированию цифровой | Он-лайн исследование в области коммуникаций | **Знать:**<br>ПК-2-З 1. Знать основные принципы организации онлайн-исследований. | ПК-2.1. Знает: инструменты и методы |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | коммуникации | | ПК-2-З 2. Знать основные этапы подготовки онлайн-исследования.<br>ПК-2-З 3. Знать основные этапы проведения онлайн-исследования.<br>ПК-2-З 4. Знать основные достоинства и ограничения различных методов онлайн-исследований.<br>**Уметь:**<br>ПК-2-У1. Уметь сформулировать онлайн-методы для решения той или иной задачи.<br>ПК-2-У2. Уметь обосновать применимость онлайн-методов для решения той или иной задачи.<br>ПК-2-У3. Уметь выбрать и обосновать применимость одного или нескольких методов онлайн-исследования при изучении того или иного явления.<br>ПК-2-У4. Уметь обосновать особенность одного или нескольких методов онлайн-исследования при изучении того или иного явления.<br>**Владеть:**<br>ПК-2-В1. Владеть навыками разработки дизайна рыночного онлайн-исследования.<br>ПК-2-В2. Владеть навыками разработки дизайна социологического онлайн-исследования.<br>ПК-2-В3. Владеть навыками практической реализации исследовательского проекта.<br>ПК-2-В4. Владеть навыками презентации результатов онлайн-исследования. | исследований цифровой коммуникации.<br>ПК-2.2. Умеет: планировать коммуникационные кампании в цифровой среде.<br>ПК-2.3. Владеет: навыками осуществления профессиональной деятельности по проведению коммуникационных кампаний в цифровой среде |
| | | Экосистема цифровых коммуникаций | **Знать:**<br>ПК-2-З 1. Знать определения всех частей программатик-экосистемы.<br>ПК-2-З 2. Знать определения систем контекстной и таргетированной рекламы.<br>ПК-2-З 3. Знать структуру экосистемы, рынка существующих технологий веб-коммуникаций.<br>ПК-2-З 4. Знать связи различных цифровых платформ и форматов друг с другом.<br>**Уметь:**<br>ПК-2-У1. Уметь формулировать и обосновывать эффективные стратегии продвижения брендов в цифровой среде.<br>ПК-2-У2. Уметь анализировать и прогнозировать результаты цифровых кампаний.<br>ПК-2-У3. Уметь разрабатывать и использовать мультимедийные коммуникационные стратегии.<br>ПК-2-У4. Уметь выбрать правильные носители и инструменты, исходя из их эффективности.<br>**Владеть:** | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | ПК-2-В1. Владеть навыками разработки отдельных компонентов цифровых стратегий в рамках практических групповых и индивидуальных заданий.<br>ПК-2-В2. Владеть навыками сравнительного анализа возможностей различных медиаканалов.<br>ПК-2-В3. Владеть навыками выхода на аудиторию с использованием наиболее подходящих медианосителей.<br>ПК-2-В4. Владеть навыками использования платформ мессенджеров в цифровой коммуникации. | |
| | | Комплексный подход к планированию кампаний в новых медиа | **Знать:**<br>ПК-2-З 1. Знать общие тенденции и перспективы развития современной PR-отрасли.<br>ПК-2-З 2. Знать специфические особенности российского рынка.<br>ПК-2-З 3. Знать основные PR-технологии и инструменты.<br>ПК-2-З 4. Знать этические аспекты работы современных PR-служб в контексте их отношений с клиентами, партнерами, деловым сообществом, журналистским корпусом и коллегами по профессии.<br>**Уметь:**<br>ПК-2-У1. Уметь организовать работу с новыми медиа.<br>ПК-2-У2. Уметь искать, проверять, систематизировать информацию по теме медиаматериала.<br>ПК-2-У3. Уметь осуществлять практическую деятельность в области PR-консультирования и реализации PR-проектов в агентском бизнесе.<br>ПК-2-У4. Уметь осуществлять практическую деятельность в области PR-консультирования и реализации PR-проектов на стороне клиента (in-house).<br>**Владеть:**<br>ПК-2-В1. Владеть навыками самообразования и профессионального совершенствования в ходе изучения новых медиасервисов и работы с ними.<br>ПК-2-В2. Владеть навыками работы со стейкхолдерами компании.<br>ПК-2-В3. Владеть навыками ведения переговоров новыми медиа.<br>ПК-2-В4. Владеть навыками анализа информационного поля заказчика и составления брифа. | |
| | | Многоканальная бизнес коммуникация | **Знать:**<br>ПК-2-З 1. Знать основную проблематику интернет-маркетинга, мобильного маркетинга, поведения потребителя в цифровых средах.<br>ПК-2-З 2. Знать основные подходы и инструменты digital-маркетинга.<br>ПК-2-З 3. Знать виды и категории социальных медиа.<br>ПК-2-З 4. Знать характеристику и возможности мобильного маркетинга.<br>**Уметь:** | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | ПК-2-У1. Уметь осуществить сбор данных и их обработку.<br>ПК-2-У2. Уметь провести анализ эффективности маркетинга в интернете.<br>ПК-2-У3. Уметь работать с контентом в социальных сетях.<br>ПК-2-У4. Уметь определять этапы разработки мобильных приложений.<br>**Владеть:**<br>ПК-2-В1. Владеть навыками выявить данные, необходимые для решения поставленных задач.<br>ПК-2-В2. Владеть инструментами веб аналитики и других методик измерения в интернете.<br>ПК-2-В3. Владеть навыками создания и продвижения продуктов в цифровой среде через различные каналы.<br>ПК-2-В4. Владеть навыками представлять результаты проведенного исследования в виде отчета, статьи или доклада. | |
| | | Производственная практика: профессионально-творческая практика | **Знать:**<br>ПК-2-З1 Способы исследования цифровой коммуникации<br>ПК-2-З2 Способы планирования цифровой коммуникации<br>ПК-2-З3 Основные этапы подготовки онлайн-исследования<br>ПК-2-З4 Основные этапы проведения онлайн-исследования<br>ПК-2-З5 Основные достоинства и ограничения различных методов онлайн-исследований<br>ПК-2-З6 Общие тенденции и перспективы развития современной PR-отрасли<br>ПК-2-З7 Специфические особенности российского рынка<br>ПК-2-З8 Основные PR-технологии и инструменты<br>ПК-2-З9 Этические аспекты работы современных PR-служб в контексте их отношений с журналистским корпусом и коллегами по профессии<br>ПК-2-З10 Этические аспекты работы современных PR-служб в контексте их отношений с партнерами, деловым сообществом<br>ПК-2-З11 Этические аспекты работы современных PR-служб в контексте их отношений с клиентами<br>ПК-2-З12 Основную проблематику интернет-маркетинга, мобильного маркетинга, поведения потребителя в цифровых средах<br>ПК-2-З13 Основные подходы и инструменты digital-маркетинга<br>ПК-2-З14 Виды и категории социальных медиа<br>ПК-2-З15 Характеристику и возможности мобильного маркетинга<br>**Уметь:**<br>ПК-2-У1 Анализировать способы исследования цифровой коммуникации<br>ПК-2-У2 Анализировать способы планирования цифровой коммуникации<br>ПК-2-У3 Обосновать применимость онлайн-методов для решения той или иной задачи<br>ПК-2-У4 Выбрать и обосновать применимость одного или нескольких | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | методов онлайн-исследования при изучении того или иного явления<br>ПК-2-У5 Обосновать особенность одного или нескольких методов онлайн-исследования при изучении того или иного явления<br>ПК-2-У6 Анализировать общие тенденции и перспективы развития современной PR-отрасли<br>ПК-2-У7 Анализировать специфические особенности российского рынка<br>ПК-2-У8 Организовать работу с новыми медиа<br>ПК-2-У9 Искать, проверять, систематизировать информацию по теме медиаматериала<br>ПК-2-У10 Осуществлять практическую деятельность в области PR-консультирования и реализации PR-проектов в агентском бизнесе<br>ПК-2-У11 Осуществлять практическую деятельность в области PR-консультирования и реализации PR-проектов на стороне клиента (in-house)<br>ПК-2-У12 Осуществить сбор данных и их обработку<br>ПК-2-У13 Провести анализ эффективности маркетинга в интернете<br>ПК-2-У14 Работать с контентом в социальных сетях<br>ПК-2-У15 Определять этапы разработки мобильных приложений<br>**Владеть:**<br>ПК-2-В1 Навыками анализ способов исследования цифровой коммуникации<br>ПК-2-В2 Навыками анализ способов планирования цифровой коммуникации<br>ПК-2-В3 Навыками разработки дизайна социологического / рыночного онлайн-исследования<br>ПК-2-В4 Навыками практической реализации исследовательского проекта<br>ПК-2-В5 Навыками презентации результатов онлайн-исследования<br>ПК-2-В6 Навыками анализа общих тенденций и перспектив развития современной PR-отрасли<br>ПК-2-В7 Навыками анализа специфических особенностей российского рынка<br>ПК-2-В8 Навыками самообразования и профессионального совершенствования в ходе изучения новых медиасервисов и работы с ними<br>ПК-2-В9 Навыками работы со стейкхолдерами компании<br>ПК-2-В10 Навыками ведения переговоров с новыми медиа<br>ПК-2-В11 Навыками анализа информационного поля заказчика и составления брифа<br>ПК-2-В12 Навыками выявить данные, необходимые для решения поставленных задач<br>ПК-2-В13 Инструментами веб аналитики и других методик измерения в | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | интернете<br>ПК-2-В14 Навыками создания и продвижения продуктов в цифровой среде через различные каналы<br>ПК-2-В15 Навыками представлять результаты проведенного исследования в виде отчета, статьи или доклада | |
| | | Производственная практика: преддипломная практика | **Знать:**<br>ПК-2-З1 Способы исследования цифровой коммуникации<br>ПК-2-З2 Способы планирования цифровой коммуникации<br>ПК-2-З3 Виды цифровых коммуникаций<br>ПК-2-З4 Общие тенденции и перспективы развития современной PR-отрасли<br>ПК-2-З5 Специфические особенности российского рынка<br>ПК-2-З6 Основные PR-технологии и инструменты<br>ПК-2-З7 Основные подходы и инструменты digital-маркетинга<br>ПК-2-З8 Виды и категории социальных медиа<br>ПК-2-З9 Характеристику и возможности мобильного маркетинга<br>**Уметь:**<br>ПК-2-У1 Анализировать способы исследования цифровой коммуникации<br>ПК-2-У2 Анализировать способы планирования цифровой коммуникации<br>ПК-2-У3 Анализировать виды цифровых коммуникаций<br>ПК-2-У4 Анализировать общие тенденции и перспективы развития современной PR-отрасли<br>ПК-2-У5 Анализировать специфические особенности российского рынка<br>ПК-2-У6 Организовать работу с новыми медиа<br>ПК-2-У7 Провести анализ эффективности маркетинга в интернете<br>ПК-2-У8 Работать с контентом в социальных сетях<br>ПК-2-У9 Определять этапы разработки мобильных приложений<br>**Владеть:**<br>ПК-2-В1 Навыками анализа способов исследования цифровой коммуникации<br>ПК-2-В2 Навыками анализа способов планирования цифровой коммуникации<br>ПК-2-В3 Навыками анализа видов цифровых коммуникаций<br>ПК-2-В4 Навыками анализа общих тенденций и перспектив развития современной PR-отрасли<br>ПК-2-В5 Навыками анализа специфических особенностей российского рынка<br>ПК-2-В6 Навыками ведения переговоров с новыми медиа<br>ПК-2-В7 Инструментами веб аналитики и других методик измерения в интернете<br>ПК-2-В8 Навыками создания и продвижения продуктов в цифровой среде | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | через различные каналы<br>ПК-2-В9 Навыками представлять результаты проведенного исследования в виде отчета, статьи или доклада | |
| ПК-3 | Способен к управлению цифровой коммуникацией | Реклама и связи с общественностью в цифровой среде | **Знать:**<br>ПК-3-З 1. Знать инструменты разработки коммуникационной кампании в цифровой среде.<br>ПК-3-З 2. Знать основы контент-маркетинга, составления клиентского брифа.<br>ПК-3-З 3. Знать способы финансирования интернет проектов.<br>ПК-3-З 4. Знать способы формирования digital стратегии.<br>ПК-3-З 5. Знать способы формирования востребованного digital-креатива.<br>**Уметь:**<br>ПК-3-У1. Уметь различать особенности социальных медиа и других онлайн-каналов коммуникаций.<br>ПК-3-У2. Уметь составить техническое задание.<br>ПК-3-У3. Уметь организовать crowd коммуникации.<br>ПК-3-У4. Уметь определить KPI проекта.<br>ПК-3-У5. Уметь составить бриф на digital-креатив.<br>**Владеть:**<br>ПК-3-В1. Владеть начальными навыками разработки мультимедийных коммуникационных стратегий в цифровой среде.<br>ПК-3-В2. Владеть навыками продвижения продукта посредством цифровых каналов.<br>ПК-3-В3. Владеть начальными навыками работы с платформами crowd коммуникаций.<br>ПК-3-В4. Владеть начальными навыками составления маркетинговой стратегии.<br>ПК-3-В5. Владеть начальными навыками работы с лидерами мнений. | ПК-3.1. Знает: инструменты и методы управления цифровой коммуникацией.<br>ПК-3.2. Умеет: управлять коммуникационной кампанией в цифровой среде.<br>ПК-3.3. Владеет: навыками управления коммуникационной кампанией с учетом больших данных |
| | | Управление информацией в современном мире | **Знать:**<br>ПК-3-З 1. Знать тенденции развития общественных и государственных институтов.<br>ПК-3-З 2. Знать законодательную основу информационной политики.<br>ПК-3-З 3. Знать принципы информационной политики в сфере государственного и муниципального управления.<br>ПК-3-З 4. Знать принципы информационного и коммуникационного менеджмента.<br>**Уметь:**<br>ПК-3-У1. Уметь учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения.<br>ПК-3-У2. Уметь использовать законодательную основу информационной политики в практической деятельности. | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | ПК-3-У3. Уметь применять принципы информационной политики в сфере государственного и муниципального управления.<br>ПК-3-У4. Уметь применять принципы информационного и коммуникационного менеджмента.<br>**Владеть:**<br>ПК-3-В1. Владеть навыками разностороннего освещения тенденций развития общественных и государственных институтов.<br>ПК-3-В2. Владеть навыками применения законодательной основы информационной политики.<br>ПК-3-В3. Владеть навыками разностороннего освещения информационной политики в сфере государственного и муниципального управления.<br>ПК-3-В4. Владеть навыками создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов. | |
| | | Основы дато-ориентированных коммуникаций | **Знать:**<br>ПК-3-З 1. Знать основные направления использования больших данных для аналитики в области связей с общественностью, маркетинга и рекламы.<br>ПК-3-З 2. Знать актуальные тренды коммуникационной индустрии и может обосновать выбор будущей профессии.<br>ПК-3-З 3. Знать источники данных и основной инструментарий для работы с большими данными.<br>ПК-3-З 4. Знать основные платформы для медиапланирования, визуализации данных.<br>**Уметь:**<br>ПК-3-У1. Уметь классифицировать методы прикладных исследований в области коммуникаций с использованием анализа данных.<br>ПК-3-У2. Уметь понимать свою ЦА с помощью данных.<br>ПК-3-У3. Уметь выбирать релевантные методы прикладных исследований в области коммуникаций с использованием анализа данных.<br>ПК-3-У4. Уметь выстраивать коммуникационную кампанию с учетом дата-ориентированного подхода.<br>**Владеть:**<br>ПК-3-В1. Владеть навыками визуализации данных.<br>ПК-3-В2. Владеть навыками определения ЦА B2B / B2C / B2B2C сегмента.<br>ПК-3-В3. Владеть навыками подбора релевантного инструментария при работе с большими данными.<br>ПК-3-В4. Владеть навыками применения некоторых инструментов при работе с большими данными. | |
| | | Производственная | **Знать:** | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | практика: профессионально-творческая практика | ПК-3-З1 Инструменты разработки коммуникационной кампании в цифровой среде<br>ПК-3-З2 Основы контент-маркетинга, составления клиентского брифа<br>ПК-3-З3 Способы финансирования интернет проектов<br>ПК-3-З4 Способы формирования digital стратегии<br>ПК-3-З5 Способы формирования востребованного digital-креатива<br>ПК-3-З6 Основные направления использования больших данных для аналитики в области связей с общественностью, маркетинга и рекламы<br>ПК-3-З7 Актуальные тренды коммуникационной индустрии<br>ПК-3-З8 Источники данных и основной инструментарий для работы с большими данными<br>ПК-3-З9 Основные платформы для медиапланирования, визуализации данных<br>ПК-3-З10 Принципы информационного и коммуникационного менеджмента<br>ПК-3-З11 Принципы информационной политики в сфере цифровой коммуникации<br>ПК-3-З12 Структуру, функции, задачи и направления деятельности служб рекламы и связей с общественностью<br>ПК-3-З13 Методы и приемы, применяемые PR-специалистами при планировании и осуществлении коммуникационные кампании и мероприятия<br>ПК-3-З14 Основные положения нормативно-правовых документов (российских и международных), регламентирующих деятельность в указанной области<br>ПК-3-З15 Способы управления цифровой коммуникацией<br>**Уметь:**<br>ПК-3-У1 Различать особенности социальных медиа и других онлайн-каналов коммуникаций<br>ПК-3-У2 Составить техническое задание<br>ПК-3-У3 Организовать crowd коммуникации<br>ПК-3-У4 Определить KPI проекта<br>ПК-3-У5 Составить бриф на digital-креатив<br>ПК-3-У6 Классифицировать методы прикладных исследований в области коммуникаций с использованием анализа данных<br>ПК-3-У7 Понимать свою целевую аудиторию с помощью данных<br>ПК-3-У8 Выбирать релевантные методы прикладных исследований в области коммуникаций с использованием анализа данных<br>ПК-3-У9 Выстраивать коммуникационную кампанию с учетом дата-ориентированного подхода<br>ПК-3-У10 Применять принципы информационного и коммуникационного | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | менеджмента<br>ПК-3-У11 Применять принципы информационной политики в сфере цифровой коммуникации<br>ПК-3-У12 Руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью<br>ПК-3-У13 Руководить деятельностью служб рекламы и связей с общественностью в организациях разных типов<br>ПК-3-У14 Применять основные положения нормативно-правовых документов (российских и международных), регламентирующих деятельность в указанной области<br>ПК-3-У15 Анализировать способы управления цифровой коммуникацией<br>**Владеть:**<br>ПК-3-В1 Начальными навыками разработки мультимедийных коммуникационных стратегий в цифровой среде<br>ПК-3-В2 Навыками продвижения продукта посредством цифровых каналов<br>ПК-3-В3 Начальными навыками работы с платформами crowd коммуникаций<br>ПК-3-В4 Начальными навыками составления маркетинговой стратегии<br>ПК-3-В5 Начальными навыками работы с лидерами мнений<br>ПК-3-В6 Навыками визуализации данных<br>ПК-3-В7 Навыками определения целевой аудитории B2B / B2C / B2B2C сегмента<br>ПК-3-В8 Навыками подбора релевантного инструментария при работе с большими данными<br>ПК-3-В9 Навыками применения некоторых инструментов при работе с большими данными<br>ПК-3-В10 Навыками применения принципов информационного и коммуникационного менеджмента<br>ПК-3-В11 Навыками разностороннего освещения информационной политики в сфере цифровой коммуникации<br>ПК-3-В12 Методами оценки эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий<br>ПК-3-В13 Навыками руководства деятельностью служб рекламы и связей с общественностью в организациях разных типов<br>ПК-3-В14 Навыками подготовки организационно- распорядительной и специальной (заявление о миссии организации, план работы отдела, отчет о работе и др.) документации<br>ПК-3-В15 Навыками управления цифровой коммуникацией | |
| | | Производственная практика: | **Знать:**<br>ПК-3-З1 Способы управления цифровой коммуникацией | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | преддипломная практика | ПК-3-З2 Актуальные тренды коммуникационной индустрии<br>ПК-3-З3 Принципы информационной политики в сфере цифровой коммуникации<br>ПК-3-З4 Принципы информационного и коммуникационного менеджмента<br>ПК-3-З5 Источники данных и основной инструментарий для работы с большими данными<br>ПК-3-З6 Основные платформы для медиапланирования, визуализации данных<br>ПК-3-З7 Инструменты разработки коммуникационной кампании в цифровой среде<br>ПК-3-З8 Способы формирования digital стратегии<br>ПК-3-З9 Методы и приемы, применяемые PR-специалистами при планировании и осуществлении коммуникационные кампании и мероприятия<br>**Уметь:**<br>ПК-3-У1 Анализировать способы управления цифровой коммуникацией<br>ПК-3-У2 Классифицировать методы прикладных исследований в области коммуникаций с использованием анализа данных<br>ПК-3-У3 Применять принципы информационной политики в сфере цифровой коммуникации<br>ПК-3-У4 Применять принципы информационного и коммуникационного менеджмента<br>ПК-3-У5 Понимать свою целевую аудиторию с помощью данных<br>ПК-3-У6 Выстраивать коммуникационную кампанию с учетом дата-ориентированного подхода<br>ПК-3-У7 Различать особенности социальных медиа и других онлайн-каналов коммуникаций<br>ПК-3-У8 Определить KPI проекта<br>ПК-3-У9 Руководить деятельностью служб рекламы и связей с общественностью в организациях разных типов<br>**Владеть:**<br>ПК-3-В1 Навыками управления цифровой коммуникацией<br>ПК-3-В2 Навыками определения целевой аудитории B2B / B2C / B2B2C сегмента<br>ПК-3-В3 Навыками разностороннего освещения информационной политики в сфере цифровой коммуникации<br>ПК-3-В4 Навыками применения принципов информационного и коммуникационного менеджмента<br>ПК-3-В5 Навыками визуализации данных<br>ПК-3-В6 Навыками подбора релевантного инструментария при работе с | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | большими данными<br>ПК-3-В7 Навыками продвижения продукта посредством цифровых каналов<br>ПК-3-В8Начальными навыками составления маркетинговой стратегии<br>ПК-3-В9 Навыками руководства деятельностью служб рекламы и связей с общественностью в организациях разных типов | |
| ДК-1 | Способен к самостоятельному поиску перспективной работы, развитию конкурентоспособных качеств на рынке труда | Вопросы трудоустройства и управление карьерой | **Знать**:<br>ДК-1–З1 Правила и методы поиска работы<br>ДК-1–З2 Сферы деятельности человека, структуру профессионального самоопределения<br>**Уметь**:<br>ДК-1-У1 Составлять алгоритм поиска работы<br>ДК-1-У2 Планировать и реализовывать профессиональную карьеру<br>**Владеть**:<br>ДК-1-В1 Навыками самостоятельной ориентации<br>ДК-1-В2 Навыками составления резюме, карьерного портфолио, поведения на собеседовании | ДК-1.1 Анализирует и обобщает общие тенденции на рынке труда и в отдельной отрасли и профессии<br>ДК-1.2 Демонстрирует практические навыки работы с информационными системами и базами данных по вопросам трудоустройства<br>ДК-1.3 Самостоятельно определяет карьерные цели и пути их достижения<br>ДК-1.4 Разрабатывает и оформляет документы для самостоятельного поиска работы (в т.ч. резюме, сопроводительное, карьерное портфолио).<br>ДК-1.5 Применяет технологии личностного и профессионального развития |
| ДК-2 | Готовность к саморазвитию и самообучению, развитию лидерских качеств и навыков командной работы, управления проектами и командами сотрудников | Управление организационной культурой | **Знать**:<br>ДК-2–З1 Методики анализа межличностных и групповых коммуникаций<br>ДК-2–З2 Основы проведения анализа и проектирования межличностных, групповых и организационных коммуникаций<br>**Уметь**:<br>ДК-2-У1 Применять методики анализа межличностных и групповых коммуникаций<br>ДК-2-У2 Осуществлять анализ и проектирование межличностных, | ДК-2.1.<br>Понимает необходимость самообучения и саморазвития, развития лидерских качеств и навыков командной работы в деятельности персонала. |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | групповых и организационных коммуникаций<br>**Владеть**:<br>ДК-2-В1 Методиками анализа организационных коммуникаций<br>ДК-2-В2 Методиками анализа межличностных и групповых коммуникаций | ДК-2.2.<br>Планирует и реализует проекты по управлению развитием персонала. формированию лидерских качеств и навыков командной работы. |

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается при проведении учебных занятий по учебным дисциплинам «Критический анализ и методы решения проблемных ситуаций», «Современные технологии командообразования в организации», «Антикризисные коммуникации», посредством проведения интерактивных форм занятий: групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализа ситуаций и имитационных моделей, прохождения практик. Указанные выше дисциплины разработаны на основе результатов исследований, проводимых организациями, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

Формирование навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств осуществляется также в ходе изучения факультативов, школе студенческого актива, школе вожатых, при проведении интеллектуальных командных игр «Брэйн-ринг», «Что? Где? Когда?», «УниверсуМ», студенческих квестов, спортивных турниров по различным видам спорта, Гонки ГТО, межинститутских игр КВН, тренингов «Мастерская лидерства», фестиваля «Дружба народов», в процессе воспитательной работы с обучающимися.

**1.9. Практическая подготовка обучающихся.**

Практическая подготовка обучающихся по образовательной программе направлена на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю (направленности) осваиваемой образовательной программы и осуществляется в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка организуется путем проведения производственной практики:

в структурных подразделениях университета: кафедра рекламы и связей с общественностью, Департамент управления информацией, Департамент маркетинга, отдел по организации приема студентов;

в профильных профессиональных организациях: ООО "Максим", ООО «НИК» с заключенным договором о практической подготовке сроком на срок реализации образовательной программы, а также в других профильных организациях с заключенными договорами о практической подготовке сроком равным сроку прохождения практики.

Практическая подготовка обучающихся по образовательной программе проводится путем чередования с иными компонентами образовательной программы в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом.

Практическая подготовка при реализации учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) позволяет достичь результатов обучения, выражающихся в сформированных у обучающихся навыках, умениях, способности осуществлять трудовые действия, выполнять элементы, отдельные виды работ будущей профессиональной деятельности, указанные в рабочих программах учебных дисциплин.

Объем практической подготовки при проведении производственной практики – 1080 часов.

Практическая подготовка при проведении практики позволяет готовить обучающихся к выполнению конкретных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, определенных образовательной программой и программами практик.

Общий объем практической подготовки по образовательной программе составляет – 1080 часов.

**1.10. Организационно-педагогические условия реализации образовательной программы**

Образовательная программа по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью обновляется ежегодно с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы.

Образовательный процесс по программе магистратуры осуществляется в зданиях и помещениях, находящихся в собственности Университета по адресам: 105005, ул. Радио 22; 111024, ул. Авиамоторная д.55., к.5; ул. Авиамоторная, д. 55, к. 31; 125480, ул. Вилиса Лациса д. 8, к.1.

В АНО ВО «Российский новый университет» создается социокультурная среда и условия, необходимые для всестороннего развития личности, развития студенческого самоуправления, участия обучающихся в работе общественных организаций, спортивных и творческих клубов, научных студенческих обществ.

Каждый обучающийся по образовательной программе в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Созданная в Университете электронная информационно-образовательная среда обеспечивает неограниченный доступ к учебным планам, рабочим программам учебных дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным

образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах учебных дисциплин (модулей), программах практик.

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио, используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть «Интернет» http://lk.rosnou.ru Доступ к электронной библиотечной системе IPRbooks обеспечивает сервис www.iprbookshop.ru ), к электронной библиотечной системе ЮРАЙТ - сервис https://biblio-online.ru/ .

Доступ к системе проверки курсовых и выпускных квалификационных работ на заимствование «Антиплагиат.ру» обеспечивает корпоративный портал www.portal.rosnou.ru.

Доступ, в том числе удаленный доступ в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных, используемым в образовательном процессе, а также к справочно-правовым системам «Гарант» и «Консультант Плюс» обеспечивается через локальную сеть и сеть «Интернет».

Доступ к облачному решению Microsoft Office 365 (сервис https://www.office.com).

Доступ к программному обеспечению для просмотра и работы с документами Adobe Reader (компьютерный класс).

Доступ к программному обеспечению для нелинейного видеомонтажа Pinnacle Studio 17 (компьютерный класс).

Доступ к программному обеспечению для нелинейного видеомонтажа Adobe Premiere Pro CS (компьютерный класс).

Доступ к многофункциональному графическому редактору Adobe Photoshop CS3 (компьютерный класс).

Доступ к графическому редактору векторной графики CorelDRAW Graphics Suite X3 (компьютерный класс).

Реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов предусмотрены мастер-классы экспертов и специалистов в области цифровых комуникаций.

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, составляет не менее 20 процентов общего объема программы магистратуры.

Перечень учебных аудиторий, используемых для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой с указанием оборудования и технических средств обучения по конкретным дисциплинам и практикам приводится в рабочих программах учебных дисциплин (модулей) и практик.

Самостоятельная работа обучающихся в АНО ВО «Российский новый университет» организуется в учебных аудиториях №№ 119; 220/3, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Образовательная программа обеспечивается учебно-методической, научной литературой и учебно-методическими материалами по всем учебным дисциплинам. Содержание каждой учебной дисциплины представлено в сети «Интернет» и локальной сети Университета.

Для 100% обучающихся обеспечена возможность осуществления одновременного индивидуального доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks (ЭБС IPRbooks), содержащей издания по основным изучаемым учебным дисциплинам и сформированной на основании прямых договоров с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

В базе ЭБС IPRbooks содержится более **128 000** изданий, из которых более **40 000** — учебные и научные издания по различным дисциплинам, около **1000** наименований российских и зарубежных журналов, более **2000** аудиоизданий. Контент ЭБС IPR BOOKS представлен изданиями более **600** федеральных, региональных, вузовских издательств, научно-исследовательских институтов, ведущих авторских коллективов, содержание которых соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. Обучающимся доступно около 600 журналов, в том числе более 300 журналов из перечня ВАК. ЭБС IPRbooks систематически обновляется и пополняется новыми современными и востребованными изданиями, при этом постоянно совершенствуются количественные и качественные характеристики библиотеки.

Все учебники и дополнительная литература доступны неограниченному количеству пользователей ЭБС IPRbooks он-лайн 24 часа в сутки.

В университете имеется доступ к образовательной платформе Юрайт — это образовательный ресурс, электронная библиотека и интернет-магазин, где размещены электронные и печатные учебники авторов — преподавателей ведущих университетов для всех уровней профессионального образования, а также видео- и аудиоматериалы, тестирование и сервисы для преподавателей, которые доступны 24 часа 7 дней в неделю.

В университете имеется доступ к электронной библиотеке GREBENNIKON «Издательского дома «Гребенников». В настоящее время ресурс насчитывает свыше 40 000 статей из 28 электронных периодических изданий (журналов), а также 49 альманахов и обучающие видеоматериалы.

Обучающиеся по образовательной программе имеют возможность пользоваться печатными изданиями, указанными в рабочих программах учебных дисциплин (модулей), программах практик. На одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику, в библиотеке университета имеется не менее 0,25 экземпляра каждого издания учебной, методической и научной литературы.

Все образовательные ресурсы Университета приспособлены для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, доступ к ним также обеспечивается с помощью специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования.

Для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в АНО ВО «Российский новый университет» создана безбарьерная среда, обеспечивающая безопасность и удобство доступа во все здания Университета.

Пути движении к учебным аудиториям, зонам и местам обслуживания внутри зданий спроектированы в соответствии с нормативными требованиями к путям эвакуации людей из здания. Участки пола имеют тактильные предупреждающие указатели и контрастно окрашенную поверхность. В каждом здании университета имеются сменные кресла-коляски.

Во всех зданиях Университета оборудованы учебные кабинеты, объекты для проведения практических занятий, библиотеки, спортивные и тренажерные залы, имеются в наличии средства обучения и воспитания, приспособленные для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья. В учебных корпусах без лифтов такие кабинеты оборудованы на 1 этаже. Особое внимание уделено обеспечению визуальной, звуковой информацией для сигнализации об опасности и о других важных мероприятиях.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно учебники и учебные пособия, иная учебная литература, а также специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования.

Доступ лиц с ограниченными возможностями здоровья к информационным системам и информационно-телекоммуникационным сетям обеспечивается с помощью специального программного обеспечения, клавиатур для лиц с нарушенной координацией движений, или

слабовидящих, портативных информационных индукционных систем «Исток» А2 для слабослышащих.

В помещениях, предназначенных для проведения массовых мероприятий, установлены индукционные петли и звукоусиливающая аппаратура.

При необходимости инвалидам по слуху может быть предоставлен сурдопереводчик, тифлопереводчик с использованием русского жестового языка.

Электронная образовательная среда и официальный сайт Университета адаптированы для лиц с нарушением зрения (слабовидящих).

Реализация образовательной программы обеспечивается штатными педагогическими работниками Университета и лицами, привлекаемыми Университетом к реализации образовательной программы на условиях заключения гражданско-правового договора.

Квалификация всех педагогических работников университета, привлекаемых к реализации образовательной программы, отвечает квалификационным требованиям, указанным в профессиональных стандартах и в разделе "Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования» Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, утвержденном Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011 г. № 1н .

Доля педагогических работников Университета, участвующих в реализации образовательной программы, и лиц, привлекаемых к реализации образовательной программы на условиях заключения гражданско-правового договора (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведущих научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля) составляет более 75 %.

Доля педагогических работников Университета, участвующих в реализации образовательной программы, и лиц, привлекаемых к реализации образовательной программы на условиях заключения гражданско-правового договора (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям) являющихся руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники, и имеющих стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет составляет более 10 %.

Доля педагогических работников Университета, участвующих в реализации образовательной программы, и лиц, привлекаемых к реализации образовательной программы на условиях заключения гражданско-правового договора (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям) имеющих 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) составляет более 60%.

### 1.11. Финансовое обеспечение реализации образовательной программы

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования соответствующего уровня и стоимостной группы с учетом значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством образования и науки Российской Федерации.

В соответствии с частью 5 статьи 54 Федерального Закона от 29 декабря 2012 года №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» Университет вправе снизить стоимость платных услуг по договору об образовании на обучение по образовательным программам

высшего образования с учетом покрытия недостающей стоимости платных услуг за счет собственных средств.

Основания, порядок и размер снижения стоимости платных образовательных услуг устанавливается ежегодным приказом ректора Университета.

**1.12. Система внутренней и внешней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе**

1.12.1. Внутренняя оценка предусматривает объективность и всесторонность изучения качества образовательной деятельности, освоения учебных дисциплин и уровня подготовки обучающихся в ходе:

- текущего контроля и промежуточной аттестации с использованием фондов оценочных средств, позволяющих оценить уровень знаний, навыков, умений и опыта деятельности обучающихся. В проведении текущего контроля, промежуточной аттестации, в разработке фондов оценочных средств участвуют представители организаций и работодателей, соответствующих направленности образовательной программы;
- прохождения всех видов учебной и производственной практики (научно-исследовательской, профессионально-творческая, преддипломной), проводимых преимущественно в структурных подразделениях и/или организациях, деятельность которых соответствует направлению/направленности образовательной программы. Руководителями практик, проводимых в профессиональных организациях, являются представители этих организаций;
- анализа и оценки выполненных обучающимися курсовых работ, тематика которых ежегодно обновляется с учетом развития науки и практики профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники;
- самообследования образовательной программы, проводимого ежегодно в марте-апреле учебного года. Отчет о самообследовании образовательной программы размещается на официальном сайте Университета в разделе Сведения об образовательной организации, подраздел: Документы по адресу http://data.rosnou.ru/moscow/sveden/document/ ;
- анализа портфолио и результатов внеучебной деятельности обучающихся, отражаемых в личных кабинетах по адресу http://lk.rosnou.ru;
- участия обучающихся в ежегодных on-line опросах о качестве организации образовательного процесса, проводимых на официальном сайте Университета в разделе «Студенту» по адресу: http://rosnou.ru/student ;
- анализа результатов государственной итоговой аттестации выпускников, отчетов государственных экзаменационных комиссий, более 50% членов которых являются представителями сторонних организаций, деятельность которых соответствует направленности образовательной программы.

1.12.2. Внешняя оценка качества образовательной деятельности по образовательной программе осуществляется в рамках:

- процедуры государственной аккредитации, проводимой с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности и качества подготовки обучающихся по образовательной программе требованиям ФГОС ВО 3++ с учетом соответствующей ПООП (при наличии) не реже одного раза в 6 лет;
- профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников отвечающими требованиям профессиональных стандартов, требованиям рынка труда к специалистам в области рекламы и связей с общественностью;

- федерального государственного контроля качества образования, в том числе качества подготовки обучающихся и выпускников, проводимого Федеральной службой по надзору в сфере образования и науки;

- анализа и оценки отзывов о подготовке выпускников Университета, получаемых от работодателей и профессиональных организаций, в которых трудоустроены выпускники;

- анализа результатов участия образовательной программы в национальных и международных рейтингах, проводимых по предметам в области рекламы и связей с общественностью.

## 2.Учебные планы по всем реализуемым формам обучения по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

2.1. Учебный план по очной форме обучения.

В учебном плане указывается перечень учебных дисциплин, практик, аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации обучающихся, других видов учебной деятельности (далее - виды учебной деятельности) с указанием их объема в зачетных единицах, последовательности и распределения по периодам обучения. В учебном плане выделяется объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем (далее - контактная работа обучающихся с преподавателем) по видам учебных занятий, самостоятельной работы обучающихся в академических часах и практической работы в академических часах. Для каждой учебной дисциплины (модуля) и практики указывается форма промежуточной аттестации обучающихся.

2.2. Учебный план по заочной форме обучения.

В учебном плане указывается перечень учебных дисциплин, практик, аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации обучающихся, других видов учебной деятельности (далее - виды учебной деятельности) с указанием их объема в зачетных единицах, последовательности и распределения по периодам обучения. В учебном плане выделяется объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем (далее - контактная работа обучающихся с преподавателем) по видам учебных занятий, самостоятельной работы обучающихся в академических часах и практической работы в академических часах. Для каждой учебной дисциплины (модуля) и практики указывается форма промежуточной аттестации обучающихся.

Прилагаются:

- учебный план по очной форме обучения для обучающихся с полным сроком обучения

- учебный план по заочной форме обучения для обучающихся с полным сроком обучения.

## 3. Календарные учебные графики по всем реализуемым формам обучения по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

3.1. Календарный учебный график по очной форме обучения.

В календарном учебном графике указываются периоды осуществления видов учебной деятельности и периоды каникул. Указывается последовательность реализации образовательной программы по годам, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные аттестации и государственную итоговую аттестацию.

3.2. Календарный учебный график по заочной форме обучения.

В календарном учебном графике указываются периоды осуществления видов учебной деятельности и периоды каникул. Указывается последовательность реализации образовательной программы по годам, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные аттестации и государственную итоговую аттестацию.

Прилагаются:

- календарный учебный график по очной форме обучения;
- календарный учебный график по заочной форме обучения (оригиналы).

**4. Рабочие программы всех учебных дисциплин (модулей), включенных в учебный план**

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) включает в себя:

наименование и цель освоения дисциплины (модуля);

указание места дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы;

перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;

объем дисциплины /(модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся;

содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий;

перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю);

фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю);

перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);

перечень комплектов лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при изучении учебной дисциплины;

перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля);

особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья;

перечень учебных аудиторий и оборудования, используемых для проведения учебных занятий по дисциплине (модулю).

По решению кафедры в состав рабочей программы учебной дисциплины (модуля) могут также включаться и иные сведения и (или) материалы.

**5. Рабочие программы всех практик, предусмотренных учебным планом**

Программа практики включает в себя:

- указание вида практики, способа и формы (форм) ее проведения;
- перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
- указание места практики в структуре образовательной программы;
- указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях;
- содержание практики, включая индивидуальные задания обучающимся;
- указание форм отчетности по практике;
- фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике;
- перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики;

- перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости);

- описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики.

По решению кафедры в состав программы практики могут включаться также иные сведения и (или) материалы.

**6. Формы аттестации и оценочные средства.**

6.1. Оценочные средства для промежуточной аттестации обучающихся, размещенные в рабочих программах учебных дисциплин и программах практик.

Оценочные средства представляются в виде фонда оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся.

Фонды оценочных средств размещаются в рабочих программах учебных дисциплин (модулей), программах практик.

Оценочные средства для текущего контроля разрабатываются преподавателями в виде:

- заданий для проведения контрольных работ, при этом количество вариантов контрольных работ определяется кафедрой;
- материалов для проведения письменных и устных опросов;
- тестовых заданий для проведения тестирования знаний обучаемых после освоения отдельных тем (разделов) учебных дисциплин;
- тематики и требований к рефератам по конкретной дисциплине;
- тематики аналитических обзоров;
- заданий и рекомендаций по написанию научных работ;
- вопросов, выносимых для индивидуального собеседования;
- практических заданий, выполняемых обучающимися во время самостоятельной работы, практических занятий и/или лабораторных работ, в том числе в ходе имитационных упражнений, ролевых и деловых игр и др.

Результаты текущего контроля оцениваются преподавателем по четырехбалльной шкале. В случаях, когда текущий контроль осуществляется с помощью имитационных упражнений, ролевых и деловых игр, предоставления портфолио и др., преподаватель разрабатывает методические рекомендации по их проведению и критерии оценки учебных достижений обучающегося.

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине или практике, входящие в состав соответственно рабочей программы учебной дисциплины (модуля) или программы практики, включают в себя:

- перечень компетенций, формируемых в процессе освоения образовательной программы;
- планируемые результаты обучения по дисциплине (знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности);
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.

Фонд оценочных средств разрабатывается для проведения экзаменов и зачетов, практик, курсовых работ. Для проведения промежуточной аттестации преподавателями разрабатываются следующие оценочные средства:

- вопросы для зачета (зачета с оценкой) и критерии оценки знаний обучающихся;
- вопросы и билеты для экзамена и критерии оценки знаний обучающихся;
- примерная тематика курсовых работ, методические рекомендации по их написанию и критерии оценки;
- индивидуальные задания на практику, формы отчетов о прохождении практики.

Зачет, зачет с оценкой проводятся согласно расписанию.

До зачета не допускаются обучающиеся, не выполнившие более 50% данных преподавателем заданий.

Оценка «зачтено» может быть выставлена автоматически, если обучающийся не имеет пропусков учебных занятий, выполнил все данные преподавателем задания, продемонстрировал устойчивые знания всего содержания учебного материал и успешно освоил требуемые компетенции. Фамилии обучающихся, получивших оценку «зачтено» автоматически, объявляются в день проведения зачета, до начала промежуточного испытания.

По результатам зачета преподаватель выставляет обучающемуся оценку «зачтено» или «не зачтено», руководствуясь следующими критериями:

| Оценка | Характеристики ответа |
|---|---|
| Зачтено | -знает систему понятий, категорий учебной дисциплины (модуля); твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы;<br>- не допускает существенных неточностей;<br>- увязывает усвоенные знания с профессиональной деятельностью;<br>- делает выводы и обобщения. |
| Не зачтено | - не знает основных категорий и понятий учебной дисциплины;<br>- не изучил большую часть программного материала;<br>- допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении учебных вопросов;<br>- испытывает трудности в практическом применении знаний;<br>-не умеет делать выводы и обобщения |

Экзамен проводится согласно расписанию экзаменационной сессии.

До экзамена не допускаются обучающиеся, не сдавшие зачет по предыдущей части учебной дисциплины (модуля), если он предусмотрен учебным планом, не защитившие курсовую работу по данной учебной дисциплине (модулю), если она предусмотрена учебным планом, не выполнившие более 50% данных преподавателем заданий.

Для прохождения экзамена обучающиеся размещаются в аудитории, не более 5 человек одновременно, по одному человеку за столом.

Проведение экзамена состоит из двух этапов:

- ответ на билет, состоящий из 2 или более вопросов из перечня, утвержденного на кафедре и включенного в РПУД;

- анализа и оценки решенных задач, выполненных заданий, упражнений.

В ходе ответа преподаватель может задавать дополнительные вопросы, касающиеся основных вопросов.

По результатам зачета с оценкой, экзамена преподаватель выставляет студенту оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно», руководствуясь следующими критериями:

| Оценка | Характеристики ответа обучающегося |
|---|---|

| | |
|---|---|
| Отлично | - даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы,<br>- правильно решены и выполнены все практические задачи и упражнения |
| Хорошо | - даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, при ответах не всегда выделялось главное;<br>- правильно решены и выполнены более 75% практических задач и упражнений |
| Удовлетворительно | - даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования;<br>- правильно решены и выполнены не менее половины практических задач и упражнений |
| Неудовлетворительно | не выполнены требования, предъявляемые к знаниям, оцениваемым «удовлетворительно» |

Критерии оценки курсовой работы

1. Актуальность рассматриваемой проблемы.
2. Научное и/или практическое значение работы.
3. Новизна рассматриваемых вопросов.
4. Оригинальность решения вопросов.
5. Полнота раскрытия темы.
6. Логичность и грамотность изложения материала.
7. Характер исследования (5 – творческий, 4 – репродуктивный с элементами творческого, 3 – репродуктивный, 2- компилятивный).
8. Использование научной литературы.
9. Использование дополнительных источников: материалов СМИ, художественной литературы, исторической и философской литературы, социологических исследований и др.
10. Использование профессиональных периодических изданий.
11. Соответствие оформления материала предъявляемым требованиям (техническое оформление, наличие сносок и др.)
12. Для теоретического исследования: анализ различных подходов и взглядов по проблеме, возможность использовать полученный материал в дальнейших исследованиях.
13. Для эмпирического исследования: адекватность подбора методик и проведение исследования, возможность использовать полученные результаты на практике.

Каждый критерий оценивается по четырехбалльной шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Общая оценка выставляется на основании следующих условий:

- «отлично», если по пяти и более критериям работа оценена на «отлично», а по остальным критериям на «хорошо»;
- «хорошо», если по пяти и более критериям работа оценена на «хорошо» и «отлично», а по остальным критериям на «удовлетворительно»;
- «удовлетворительно», если по шести критериям работа оценена не ниже «удовлетворительно», а по двум «неудовлетворительно»;
- «неудовлетворительно», если по трем и более критериям работа оценена «неудовлетворительно».

Критерии оценивания результатов практики студентов расположены в программах практики.

6.2. Оценочные средства для государственной итоговой аттестации, размещенные в программе государственной итоговой аттестации (на выпускном курсе)

Государственная итоговая аттестация выпускников является обязательной и осуществляется после освоения ОП в полном объеме.

Государственная итоговая аттестация направлена на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Государственная итоговая аттестация включает выполнение и защиту выпускной квалификационной работы. Фонды оценочных средств государственной итоговой аттестации размещаются в программе государственной итоговой аттестации.

Защита выпускной квалификационной работы проводится на открытых заседаниях государственной экзаменационной комиссии, на которых разрешается присутствовать всем желающим.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы определяются оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Решение государственной экзаменационной комиссии о результатах защиты выпускной квалификационной работы принимаются членами комиссии на закрытом заседании открытым голосованием простым большинством голосов членов комиссии, участвовавших в заседании. При ровном числе голосов голос председателя является решающим.

Результаты защиты выпускных квалификационных работ объявляются магистрантам после оформления протоколов заседаний экзаменационной комиссии в день защиты.

В государственную экзаменационную комиссию в рамках государственной итоговой аттестации привлекаются работодатели из числа действующих руководителей и работников профильных организаций (осуществляющих трудовую деятельность в образовательных организациях профессионального и дополнительного образования и имеющих стаж работы в соответствующей профессиональной области не менее 3 лет).

**7. Рабочая программа воспитания**

Рабочая программа воспитания разрабатывается на весь период обучения, в ней отражаются:

- цель и задачи воспитания;
-основные направления воспитательной работы с обучающимися;
- формы и методы воспитания;
- кадровый потенциал воспитания;
- материально-техническая база воспитательной работы.

**8. Календарный план воспитательной работы.**

Календарный план воспитательной работы разрабатывается на каждый учебный год и ежегодно обновляется. В нем помесячно указываются:

- общеуниверситетские воспитательные мероприятия;
- воспитательные мероприятия, проводимые в рамках института;
- мероприятия воспитательного характера, проводимые с обучающимися в рамках образовательной программы.

**9. Методические материалы, включаемые в образовательную программу по решению кафедры.**

В методические материалы включен Фонд оценочных средств оценки результатов освоения основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью «Цифровая коммуникация».