ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Уровень бакалавриат

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в новых медиа
Квалификация бакалавр
Форма обучения заочная
Срок обучения 5 лет
Язык обучения Русский

ФГОС ВО по направлению подготовки утвержден приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512.

Разработчики:

Руководитель направления подготовки

к. пед.н., доцент

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: И. Н. Лычагина
Пользователь: lychaginain
Дата подписания: 05.05.2025

И. Н. Лычагина

Заведующий кафедрой

д. филол.н., доцент

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Л. П. Шестеркина
Пользователь: shesterkinalp
Дата подписания: 05.05.2025

Л. П. Шестеркина

Челябинск 2025

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью разработана на основе ФГОС ВО, профессиональных стандартов, с учетом потребностей регионального рынка труда, традиций и достижений научно-педагогической школы университета с учетом требований федерального законодательства.

Образовательная программа включает в себя: описание, учебный план с графиком учебного процесса, рабочие программы дисциплин, программы практик, итоговой аттестации, а также оценочные и методические материалы, рабочую программу воспитания, календарный план воспитательной работы, формы аттестации.

При реализации образовательной программы применяются дистанционные образовательные технологии.

Образовательная программа имеет своей целью формирование универсальных и общепрофессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО, а также профессиональных компетенций, сформулированных самостоятельно на основе профессиональных стандартов, потребностей регионального рынка труда.

Профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в новых медиа ориентирован на профессиональную деятельность в следующих областях (сферах):

Области и сферы профессиональной деятельности	Код и наименование профессионального стандарта	Код и наименование обобщенной трудовой функции	Коды и наименования трудовых функций
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	B Организация продвижения продукции СМИ	B/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	B Организация продвижения продукции СМИ	B/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы	06.013 Специалист по информационным ресурсам	A Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	A/04.4 Размещение информации на сайте
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы	06.013 Специалист по информационным ресурсам	C Управление информационными ресурсами	C/02.6 Управление информацией из различных источников
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	B Организация продвижения продукции СМИ	B/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ; B/04.6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях или сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

В рамках освоения программы выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

проектный;
авторский;
маркетинговый;
технологический;
социально-просветительский;
редакторский;
организационный.

Профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в новых медиа соответствует направлению подготовки в целом.

Срок освоения образовательной программы по заочной форме увеличен на 1 год относительно нормативного срока и составляет 5 лет.

Образовательная программа имеет государственную аккредитацию. Итоговая аттестация выпускников является обязательной и осуществляется после выполнения обучающимся учебного плана или индивидуального учебного плана в полном объеме (часть 6 статьи 59 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации").

ГИА по направлению подготовки включает: защиту выпускной квалификационной работы.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Результаты освоения образовательной программы определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т. е. его способностью применять знания, умения, навыки в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Перечень формируемых у выпускника компетенций и индикаторы их достижения:

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения, практический опыт)
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Проводит процедуры критического анализа проблемы, на основе знаний особенностей системного анализа и комплексного подхода к ситуации УК-1.2. Использует методы решения поставленных задач как способы достижения цели	Знает: методы поиска, критического анализа и синтеза информации, а также методы использования системного подхода для решения поставленных задач; : приемы и способы поиска, анализа и синтеза информации; основные этапы мирового культурно-исторического процесса, их закономерности и специфику; основные социологические теории общества, социального взаимодействия; механизм возникновения проблемных ситуаций в разные исторические эпохи; методы построения и анализа основных статистических показателей; понятие и основные свойства информации, методы поиска, получения, обработки, анализа и синтеза информации; специфику аналитического и синтетического метода; основные принципы анализа и синтеза информации в сфере рекламы и связей с общественностью; основные принципы поиска. анализа и синтеза цифровой информации. Умеет: применять различные методы поиска, критического анализа и синтеза информации, а также методы использования системного подхода для решения поставленных задач; применять навыки поиска, анализа и синтеза информации для решения поставленных задач в рамках выбранной дисциплины;

			анализировать и интерпретировать тексты культуры, осознавать значение гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации; анализировать основные проблемы социальных общностей, используя социологические категории; анализировать различные способы преодоления проблемных ситуаций, возникавших в истории, осуществлять поиск, анализ и синтез исторической информации; использовать основные методы обработки и анализа данных наблюдений и эксперимента; осуществлять поиск необходимой информации, анализировать полученную информацию и принимать решения на основе полученной информации; применять системный подход для решения поставленных задач профессиональной деятельности; осуществлять логические операции с логическими формами (понятиями, суждениями и умозаключениями), проверять формальную правильность результатов операций; осуществлять поиск информации о коммуникационной деятельности объекта продвижения на целевом рынке; применять современные операционные системы для решения коммуникационных задач в цифровой среде. Имеет практический опыт: применения методов поиска, критического анализа и синтеза информации, а также методов использования системного подхода для решения поставленных задач; поиска, критического анализа и синтеза информации, применения навыков отбора информации и системного подхода для решения поставленных задач в рамках выбранной дисциплины; применения навыков системного мышления, анализа тенденций развития отечественной и зарубежной культуры; использования результатов социологических исследований в профессиональной деятельности; анализа общественных процессов, сопоставления процессов, происходящих в различных сферах; имеет практический опыт выявления и систематизации различных стратегий действий в проблемных ситуациях; работы со

		статистическими таблицами; поиска, обработки, анализа, синтеза информации при решении задач профессиональной деятельности; применения системного подхода для решения поставленных задач; проверки формальной правильности и истинности операций с понятиями, суждениями и умозаключениями; поиска творческого решения рекламных задач субъектов различных сфер деятельности; использования комплекса действий и правил, применяемых в процессе подготовки и передачи данных, необходимых для личной, массовой или производственной коммуникации в цифровой реальности.
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Проводит анализ ситуации, на основе знаний выбора оптимального способа решения задач с учетом ресурсов и ограничений. УК-2.2. Использует действующие правовые нормы для решения профессиональных задач.	Знает: "- Основные положения законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты в рамках своей деятельности; содержание конституционных и иных прав в сфере осуществления деятельности, порядок их реализации и защиты; - виды и основания ответственности по законодательству Российской Федерации за правонарушения; специфику фейковой информации, а также этапы и методы создания фейковых новостей; законодательство Российской Федерации в сфере рекламы, связей с общественностью и средств массовой информации, сфере интеллектуальной собственности, гражданско-правовых, информационных правоотношений, т.ч. Конституцию Российской Федерации, федеральные конституционные законы и федеральные законы, а также общепризнанные принципы, нормы международного права и международные договоры Российской Федерации, а также подзаконные акты, акты органов власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, локальные нормативные правовые акты; технологии фактчекинга и верификации в медиа; основы государственного и общественного регулирования рекламно-информационной деятельности; основы медиаграмотности. Умеет: "- Находить нормативную информацию в рамках своей деятельности;

			- обосновывать и принимать в пределах должностных обязанностей решения, а также совершать действия, связанные с реализацией правовых норм; анализировать технологии распространения фейковых новостей; анализировать действующее законодательство в сфере рекламы и связей с общественностью; гражданское законодательство, в т.ч. в сфере интеллектуальной собственности, законодательство об информации. Умеет применять нормы законодательства о рекламе к конкретным видам рекламной информации, применять нормы законодательства о СМИ при осуществлении связей с общественностью посредством СМИ и др.; анализировать судебную практику и практику уполномоченных государственных органов с целью выявления основных проблем и путей их решения; применять основные навыки проверки информации в медиа на достоверность, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; определять направления развития рекламно-информационной деятельности; распределять профессиональные задачи и осуществлять контроль в процессе организации процедуры фактчекинга и верификации. Имеет практический опыт: "- Поиска, толкования и применения действующего законодательства в практической деятельности; проверки информации с точки зрения ее достоверности; "Составления правовых документов в области рекламы и связей с общественностью (договоров, претензий, исков), в т. ч. договоров на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах. Имеет опыт правового анализа поставленных задач в рамках поставленной цели и способен выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм. Имеет практический опыт работы со специализированным программным обеспечением для работы с нормативными и законодательными документами; в

		определении круга задач при решении реальных кейсов по выявлению фейковой информации в современных медиа; выбирать оптимальные способы регулирования рекламно-информационной деятельности; применения поисковых и аналитических навыков при работе с информационными потоками в медиа.
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Проводит процедуру общения общения и другие формы коммуникаций для работы в команде, с членами и другими заинтересованными сторонами. УК-3.2. На основе компетенций в области социального взаимодействия, основываясь на специфике характеристик, мотивации участников команды реализует маркетинговую коммуникационную деятельность.	Знает: принципы командообразования, распределения ролей и функционала при работе с маркетинговым проектом; принципы коммуникации, приемы управления маркетинговой деятельностью на предприятии; "Основы социологии массовых коммуникаций. Умеет: осуществлять выбор средств и методов коммуникации; планировать маркетинговую деятельность на предприятии; применять социологические знания в сфере командной работы. Имеет практический опыт: планирования маркетинговых действий, работы в команде; социального взаимодействия.
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Способен вести деловую коммуникацию, вести переговоры на всех уровнях взаимодействия. УК-4.2. Умеет вести коммуникации в профессиональном письменном и в публичном контакте, основываясь на международных нормах деловых коммуникаций.	Знает: теоретические основы современного русского языка и культуры речи, основные закономерности построения диалогических и монологических текстов в устной и письменной форме, характерные свойства русского языка как средства передачи информации; основы эффективного общения, делового общения, их законы, приемы; стратегии и тактики конструктивного общения; особенности межкультурного общения; : особенности устной и письменной форм коммуникации специфику развития литературы на родном языке, а также многообразие достижений отечественной и мировой литературы (культуры и искусства), методику анализа разных типов текста; основные фонетические, лексико-грамматические, стилистические особенности изучаемого языка и его отличие от родного языка; особенности собственного стиля овладения предметными знаниями; основные различия письменной и устной речи; виды и способы устной и письменной деловой коммуникации на государственном и

			иностранном языках; основные особенности зарубежной системы образования в области избранной профессии; особенности собственного стиля овладения предметными знаниями; основные параметры языка конкретной специальности в деловом общении. Умеет: использовать приёмы аргументации в решении задач межличностного взаимодействия, применять приёмы ораторского мастерства для выражения своей позиции по вопросу; преодолевать коммуникативные барьеры, устранять коммуникативные ошибки; использовать стратегии и тактики конструктивного делового общения; использовать знание основ межкультурной коммуникации; применять знания особенностей разных форм и жанров устной и письменной коммуникации на родной языке, информацию о специфики развития отечественной и мировой литературы при анализе текстов разных жанров в области выбранного направления; продуцировать адекватные в условиях конкретной ситуации общения устные и письменные тексты; адекватно понимать и интерпретировать смысл и намерение автора при восприятии устных и письменных аутентичных текстов; выявлять сходство и различия в системах родного и иностранного языка; вести деловую коммуникацию в устной и письменной форме; основные особенности зарубежной системы образования в области избранной профессии; особенности собственного стиля овладения предметными знаниями; основные параметры языка конкретной специальности в деловом общении. Имеет практический опыт: применения навыков создания устных и письменных форм текста, навыков ведения дискуссии и полемики, навыков критического восприятия информации; организации эффективного межличностного и межкультурного общения; преодоления коммуникативных барьеров; применения знаний особенностей устной и письменной форм коммуникации на родном языке, знаний об особенностях развития отечественной и мировой литературы и методик анализа текстов разных жанров в

		рамках выбранной дисциплины; использования учебных стратегий для организации своей учебной деятельности; когнитивных стратегий для автономного изучения иностранного языка; приемов запоминания и структурирования усваиваемого материала; интернет-технологий для выбора оптимального режима получения информации; делового общения в устной и письменной форме; стратегий рефлексии и самооценки в целях самосовершенствования личных качеств и достижений; презентационными технологиями для предъявления информации; исследовательскими технологиями для выполнения проектных заданий.
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Знает особенности культурных отличий деловых коммуникаций и особенностей профессиональной деятельности на различных национальных пространствах УК-5.2. Учитывает кросс-культурные факторы при разработке всех уровней коммуникаций с международными участниками проекта	Знает: фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представлять их в актуальной и значимой перспективе; - особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении; фундаментальные ценностные принципы российской цивилизации (многообразие, суверенность, согласие, доверие и созидание), а также перспективные ценностные ориентиры российского цивилизационного развития (стабильность, миссия, ответственность и справедливость; законы исторического развития и основы межкультурной коммуникации; основные закономерности развития общества, культуры и искусства в целом; закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте; особенности культурного разнообразия общества в социальном и историческом контекстах; основные направления и этапы развития мировой политической мысли, особенности российской, европейской и

			восточной политической мысли; основы межкультурной деловой коммуникации, основные принципы поведения в поликультурном социуме для решения учебно-деловых задач; особенности культурного разнообразия общества в социальном и историческом контекстах; основные принципы работы в трудовом коллективе и сотрудничества с коллегами, имеющими социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; специфику логических форм, соотношение логической формы и содержания; с точки зрения психологии массовых коммуникаций теоретические подходы к изучению массовой коммуникации. Умеет: адекватно воспринимать актуальные социальные и культурные различий, уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям; - находить и использовать необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп; проявлять в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира; оценивать достижения культуры на основе знания исторического контекста, анализировать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия; анализировать явления культуры в культурно-историческом контексте; толерантно взаимодействовать с представителями различных культур; методами адекватного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; выстраивать коммуникацию, основываясь на принципах кросс-культурного многообразия с учетом этических принципов; ориентироваться в мировом политическом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе; проявлять

			толерантность, эмпатию, открытость и дружелюбие при общении с представителями другой культуры; предупреждать возникновение стереотипов, предубеждений по отношению к собственной культуре; выступать в роли медиатора культур; выстраивать коммуникацию, основываясь на принципах кросс-культурного многообразия с учетом этических принципов; выстраивать взаимоотношения с коллегами и руководителями трудового коллектива, уважительно относиться к чужой точке зрения, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; выделять существенные признаки понятий; применять полученные знания при анализе реальных сообщений. Имеет практический опыт: владения навыками осознанного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции; аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера; владения навыками самостоятельного критического мышления на основе развитого чувства гражданственности и патриотизма; иметь практические опыт владения навыками бережного отношения к культурному наследию различных эпох; владения методами адекватного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; навыками общения в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения; общения в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения; кросс-культурного взаимодействия; определения степени актуальности современных политических концепций и действий для целей профессиональной деятельности; применения приемов ведения дискуссии по общественно-значимым проблемам; эффективно сотрудничать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения учебно-деловых задач; кросс-культурного взаимодействия; межличностного, профессионального, официально-делового общения в трудовом

		коллективе с коллегами, имеющими социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; работы с логическими формами; проведения исследований в области психологии массовых коммуникаций.
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Самостоятельно диагностирует уровень собственной компетенции, самосовершенствуется, повышает квалификацию УК-6.2. Использует технологии тайм-менеджмента, самоорганизации и самоконтроля.	Знает: "- Методы эффективного планирования времени - индивидуальный стиль собственной деятельности - свои личностные ресурсы и зоны развития; особенности принятия и реализации организационных, в том числе управленческих решений; теоретико-методологические основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности; основные научные школы психологии и управления; деятельностный подход в исследовании личностного развития; технологию и методику самооценки; уровни анализа психических явлений. Умеет: "- Составлять краткосрочные и долгосрочные планы - планировать собственную деятельность - планировать свою профессиональную траекторию - определять зону ближайшего развития; определять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; разрабатывать, контролировать, оценивать и исследовать компоненты профессиональной деятельности; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач. Имеет практический опыт: - В применении навыков самоанализа и самоорганизации; навыки определения эффективного направления действий в области профессиональной деятельности; принятия решений на уровне собственной профессиональной деятельности; навыки планирования собственной профессиональной деятельности.

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Применяет знания по распределению физических усилий для осуществления профессиональной деятельности УК-7.2. Понимает важность ведения физического активного образа жизни для обеспечения полноценной социальной и профессиональной реализации.	Знает: основные компоненты здорового образа жизни; влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек; способы контроля и оценки функционального состояния и уровня физического развития; правила соблюдения техники безопасности при занятиях физической культурой. Умеет: использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для повышения работоспособности, сохранения и укрепления здоровья. Имеет практический опыт: применения физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.

УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности и для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1. Осознает необходимость экологического саморазвития и безопасности профессиональной деятельности, ее последствий для общества УК-8.2. Учитывает в процессе профессиональной реализации важность встраивания в концепцию устойчивого развития общества.	Знает: методы защиты персонала от возможных экологических катастроф, происшествий, основные приемы решения экологических задач, основные способы расчета загрязнений и решения других задач экологической направленности; правила взаимодействия человека и среды его обитания. Параметры безопасности жизнедеятельности человека в условиях чрезвычайных ситуаций. Умеет: применять цифровые технологии при решении экологических задач, анализировать экологические ситуации с последующим их решением, информировать аудиторию об основных экологических проблемах; использовать основные методы защиты населения от негативного воздействия факторов среды обитания, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций. Имеет практический опыт: применения полученных теоретических знаний в области экологии на практике, решения задач экологической направленности, использования современных технологий в оценке и решении экологических задач; проведения практических мероприятий по защите от негативного воздействия факторов среды обитания, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций. Идентификация опасностей и оценки рисков для создания и обеспечения безопасных условий жизнедеятельности.

УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Использует экономические знания при принятии проектных стратегических и тактических решений. УК-9.2. Осознает важность знания экономических процессов в осуществлении жизнедеятельности общества.	Знает: основные экономические понятия: экономические ресурсы, экономические агенты, товары, услуги, спрос, предложение, рыночный обмен, цена, деньги, доходы, издержки, прибыль, собственность, конкуренция, монополия, фирма, институты, трансакционные издержки, сбережения, инвестиции, кредит, процент, риск, страхование, государство, инфляция, безработица, валовой внутренний продукт, экономический рост и др. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике. Умеет: воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений. Имеет практический опыт: решения типичных задач в сфере личного экономического и финансового планирования, возникающие на всех этапах жизненного цикла.
УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-10.1 Учитывает важность соблюдения законодательства в отношении коррупции УК-10.2. Воспитывает в себе нетерпимость к коррупционному поведению	Знает: значение основных правовых категорий, сущность коррупционного поведения, формы его проявления в различных сферах общественной жизни. Основы российского законодательства, а также антикоррупционных стандартов поведения, уважение к праву и закону. Умеет: анализировать, правильно толковать и применять нормы права в различных сферах социальной деятельности, а также в сфере противодействия коррупции. Идентифицировать и оценивать коррупционные риски. Имеет практический опыт: осуществления социальной и профессиональной деятельности на основе развитого правосознания, сформированной правовой культуры и нетерпимого отношения к коррупционному поведению.
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или)	ОПК-1.1. Учитывает особенности всоздания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-1.2.	Знает: "Нормы современного русского литературного языка; · особенности употребления основных единиц языка в устной и письменной речи с точки зрения их предназначения и функционально-стилистических качеств, соблюдения норм и требований выразительности речи;

медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Управляет 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	· богатые выразительные возможности родного языка; · лингвистические и экстралингвистические особенности всех функциональных стилей; публицистических, официально-деловых и художественных текстов с учетом их жанровой специфики в устной и письменной реализации; · основные приемы и методы создания, интерпретации и трансформации текстов, созданных в различных функциональных стилях; · специфику текста как языковой единицы и как объекта литературного редактирования; · теоретические основы в области создания собственных текстов разных жанров и редактирования чужого текста; особенности современной медиаиндустрии и запросы рекламодателей в актуальных медиапродуктах. Умеет: "· Понимать лингвистическую природу стилистических ошибок и исправлять их; · производить стилистический анализ и литературное редактирование текстов разных функциональных стилей; · создавать и редактировать тексты профессионального назначения на русском языке; · создавать, интерпретировать, трансформировать, распространять различные типы текстов; · работать с фактическим материалом текста в различных аспектах (работа над композицией, языком и стилем материала, проверка и обработка материала, редакторский анализ и т. д.); · работать над языком и стилем авторского материала; ориентироваться в типах дефектных высказываний; · анализировать процессы, связанные с редактированием текстов любых жанров; создавать коммуникационные и медиапродукты с учетом потребностей объекта продвижения. Имеет практический опыт: "Оценивания и правильного употребления языковых средств в речи в соответствии с конкретным функциональным стилем, в зависимости от содержания высказывания, целей, которые ставит перед собой говорящий (пишущий), ситуации и сферы общения;

		· составления текстов различных функциональных стилей в соответствии с жанровыми требованиями, законами композиции, правилами русского языка; · создания, интерпретации, трансформирования, распространения различных типов текстов; · создания и редактирования текстов профессионального назначения на русском языке; · работы с фактическим материалом; · стилистической правки текста при сохранении его индивидуально-авторских особенностей; · работы с разными типами речевых погрешностей, разными типами дефектных текстов; · использования богатого лексического запаса с учетом нюансов в значениях слов; в создании и продвижении коммуникационных и медиапродуктов в соответствии с запросами рекламодателей.

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов ОПК-2.2. Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знает: примеры лучших образцов достижений отечественной и мировой культуры; важнейшие достижения в сфере развития общественных и государственных институтов; специфику функционирования современных общественных и государственных институтов как одного из базовых факторов рекламной и PR-деятельности; тенденции развития общественных и государственных институтов. Умеет: применять многообразие достижений отечественной мировой культуры в процессе создания медиатекстов и медиапродуктов; создавать медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов; выявлять важные аксиологические, юридические, экономические и иные детерминанты взаимодействия общественных и государственных институтов в политическом процессе, а также определять способы управления каналами их политической коммуникации; воспроизводить медиатексты с учетом текущих требований законодательства. Имеет практический опыт: создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов с учетом достижений мировой культуры; создания медиатекстов и коммуникационных продуктов; идентификации рекламных и PR-технологий, использованных общественными и государственными структурами в ходе избирательных кампаний; работы с рекламно-информационной продукцией.

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Учитывает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса в профессиональной деятельности ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов.	Знает: примеры лучших образцов достижений отечественной и мировой культуры. Умеет: применять многообразие достижений отечественной мировой культуры в процессе создания медиатекстов и медиапродуктов. Имеет практический опыт: создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов с учетом достижений мировой культуры.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Организует 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	Знает: основные понятия, структуру и законы коммуникации, историю социальной коммуникации, основные модели коммуникации; основные запросы и потребности общества в сфере рекламы и связей с общественностью; профессиональные задачи и функции в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; "Основные характеристики целевой аудитории, значимые для разработки коммуникационных продуктов в сфере политической рекламы и связей с общественностью; "- Правила участия в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, - правила оперативного планирования и контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, – проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, –оценки эффективности рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью". Умеет: анализировать основные проблемы социальной коммуникации, используя коммуникационные категории; предвидеть, выявлять и прогнозировать потребности целевых аудиторий; решать профессиональные

		задачи в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; применять практические навыки при работе с аудиторией; использовать новые информационные технологии для изучения запросов и потребностей отдельных целевых аудиторий и общества в целом; "Использовать: – правила участия в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, – правила оперативного планирования и контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, -проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, – оценки эффективности рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью". Имеет практический опыт: изучения, анализа и организации групповой коммуникации; опыт групповой дискуссии; выявления ключевых запросов общества, определения потребностей реальных и потенциальных целевых групп; осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; работы в области психологии массовой коммуникации; "Анализа отечественных и зарубежных медиаисточников, отражающих политические интересы, ожидания, поведение разных социальных групп. "; "Применения правил: – участия в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, – правил оперативного планирования и контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, - проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, - оценки эффективности рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью".

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования	Знает: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; необходимые для осуществления проектов в области профессиональной деятельности правовые нормы; о способах организации публичной политики в разных типах политических систем; закономерности функционирования современной экономии на макро- и микроуровне; основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов; совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; основные этапы развития законодательства о рекламе и связях с общественностью в России и зарубежных странах; основные тенденции в правовом регулировании рекламы и связей с общественностью на современном этапе развития общественных отношений, основные тенденции развития законодательства, регулирующего медиакоммуникационные системы региона, страны и мира, основные тенденции законодательства об интеллектуальной собственности и информации, в т.ч. размещении информации, результатов интеллектуальной деятельности, персональных данных в сети Интернет; основы государственного и общественного регулирования рекламно-информационной деятельности; теоретические основы организации (управленческие, экономические, правовые) и работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью. Умеет: осуществлять свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; определять специфику политико-правовой среды функционирования медиакоммуникационных систем; анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и

			институты на микро- и макроуровне; строить теоретические модели и анализировать и интерпретировать полученные результаты; прогнозировать на основе стандартных теоретических моделей поведение экономических субъектов, развитие экономических процессов и явлений на микро- и макроуровне; осуществлять свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; учитывать нормативно-правовые акты, судебную и административную практику по делам о рекламе и связях с общественностью, об интеллектуальной собственности и информации с целью выявления основных проблем, подходов и формирования на основе этого собственной позиции; выражать свою гражданскую позицию при подготовке рекламных проектов, в т.ч. социальной рекламы, подготовке и проведении кампаний, связанных с обеспечением связей с общественностью; учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем; выбирать методику анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. Имеет практический опыт: участия в разработке и продвижении проектов разных типов, решения задач в области избранных видов профессиональной деятельности и применения нормативной базы; владения навыками первичного анализа политико-правовой среды в сфере профессиональной деятельности; использования полученных знаний в профессиональной деятельности; применения методов теоретического и экспериментального исследования в экономике; анализа и интерпретации полученных результатов; выполнения менеджерских функции в рамках должностных обязанностей; применения в профессиональной деятельности навыка изучения, анализа и синтеза правовых знаний в области правового регулирования рекламы и

		связей с общественностью; способностью оценить содержание проектной документации в сфере правового регулирования рекламы и связей с общественностью на предмет ее соответствия законодательству; научно-исследовательской работы с источниками, раскрывающими основные тенденции развития рекламы; анализа и учета тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны для организации и планирования работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции и принципы обновления информационных технологий, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные информационные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.	Знает: особенности функционирования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий; основные приемы работы с социальными сетями, технологии продвижения медиапродукта в социальных сетях; основные информационно-коммуникационные технологии, современные компьютерные технологии, аппаратное и программное обеспечение; "Основные методы продвижения рекламного продукта (услуги), приемы создания рекламного образа, законы работы с рекламным текстом и изображением, методы работы с основными каналами продвижения рекламного продукта. Знает основные технологии создания печатной, теле- и радиорекламы, наружной рекламы и сувенирной продукции. "; основные виды, типы и методы современных информационных технологий и интеллектуальных систем, использующиеся в гуманитарной сфере; "– Основные подходы и методы изучения аудитории и рейтингов СМИ; – Специфику и основные этапы разработки коммуникационной (рекламной) кампании; – Этапы медиапланирования при разработке рекламной кампании". Умеет: создавать рекламные и коммуникационные материалы с применением современных информационно-коммуникационных технологий; разрабатывать стратегию продвижения медиапродукта в социальных сетях, устанавливать ключевые показатели эффективности работы в социальных сетях и разрабатывать схему их отслеживания; выбирать и применять

			адекватные информационные технологии для решения практических задач профессиональной деятельности, выбирать методы, соответствующие целям и задачам исследования, использовать современные информационные технологии и технические средства; создавать креативный продукт, разрабатывать концепцию продвижения, применять основные технологические требования к носителям и каналам продвижения рекламного продукта; выбирать и применять адекватные информационные технологии и интеллектуальные системы для решения практических задач профессиональной деятельности, выбирать методы, соответствующие целям и задачам исследования; "– Применять программные средства для разработки проектной и сопутствующей документации, в т.ч. рекламные и медиабрифы. – Использовать методику проведения количественных и качественных медиаисследований в рамках подготовки, проведения и оценки рекламных (коммуникационных) кампаний". Имеет практический опыт: использования современных цифровых устройств на всех этапах создания рекламного и коммуникационного материала и (или) продукта; проектирования и создания медиапродукта, анализа и мониторинга социальных сетей, использования информационно-коммуникационных технологий продвижения медиапродукта; работы с компьютером как средством получения и обработки информации, использования современных информационно-коммуникационных технологий, работы с современными техническими средствами; создания печатной продукции, наружной рекламы и сувенирной продукции. Разработки макетов для дальнейшего технологического создания сувенирной продукции, календарной продукции, печатной продукции (листовка, флаер, буклет); работы с современными техническими средствами; применения в профессиональной деятельности современных информационных технологий и интеллектуальных систем ; "Использования

		информационно-коммуникационных технологий для медиаисследований при разработке рекламной кампании. – Создания медиаплана, календарного плана-графика. Использования программных продуктов для работы с данными измерения аудитории и информационными источниками, расчета основных показателей в области медиапланирования ".
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Понимает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	Знает: запросы и ожидания аудитории средств массовой информации; "– Основные понятия, термины медиапланирования; - основные этапы планирования рекламной кампании, - значение медиапланирования при разработке рекламной кампании". Умеет: разрабатывать методологию социологического исследования; "Разрабатывать медиастратегию и осуществлять отбор носителей рекламы; составлять медиаплан и оценивать его эффективность". Имеет практический опыт: проведения социологического исследования; формирования медиамикса в соответствии с финансовыми возможностями рекламодателя.

1) Реклама и связи с общественностью в международной сфере
2) Реклама и связи с общественностью в международной сфере
3) Фото и аудиовизуальные технологии в рекламе

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Профессиональный стандарт и трудовые функции	Результаты обучения (знания, умения, практический опыт)
ПК-1 ПКО-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКО-1.1. Выполняет функционал исполнителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства ПКО-1.2. Участвует в работе по совершенствованию внешних и внутренних маркетинговых коммуникаций и мероприятий.	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации B/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	Знает: особенности рекламного и PR-продукта в международной сфере[1]; основные принципы построения имиджа компании (и др.объектов коммерческой и социально-общественной деятельности); особенности международных коммуникационных кампаний; функционал менеджера по коммуникациям в рамках текущей деятельности отделов рекламы и связей с общественностью и принципы реализации коммуникационного проекта; основы командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации; принципы организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; правила планирования, подготовки и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Умеет: создавать информационные поводы для международных рекламных и PR-проектов; формировать образ компании и продвигать по средствам массовых коммуникаций, проектов и мероприятий; создавать коммуникационный продукт для международных коммуникационных кампаний;

			осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; определять тип корпоративной культуры и использовать средства оптимизации её элементов в организации; применять на практике принципы организации мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; применять правила планирования, подготовки и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Имеет практический опыт: применения творческих решений в реализации рекламных и PR-проектов с учетом мирового и отечественного опыта; в области построения имиджа организации и др.объектов (территории, личность) и его продвижения на разномасштабном уровне; анализа международных коммуникационных кампаний; участия в творческом процессе создания проектов по рекламе и связям с общественностью; участия в подготовке коммуникационных проектов и проведении мероприятий с целью формирования и развития корпоративной идентичности; участия в реализации коммуникационных проектов; планирования, подготовки и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-2 ПКО-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПКО-2.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач.	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации B/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	Знает: особенности планирования и проведения международных рекламных и PR-кампаний[2]; специфику разных типов СМИ и других медиа, мировой и отечественный опыт в области медиакоммуникаций; принципы создания текстов по рекламе и связям с общественностью с учетом специфики каналов коммуникаций; специфику деятельности медиа, знаком с лучшими образцами медиатекстов в мировом и отечественном масштабе Умеет: разрабатывать рекламные и PR-продукты с учетом специфики зарубежных рынков; создавать коммуникационные продукты с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной и PR-кампании; создавать медиатексты с учетом специфики различных типов СМИ и других медиа Имеет практический опыт: анализа международных рекламных и PR-проектов; создания информационных поводов для кампаний и проектов с сфере международных медиакоммуникаций; осуществления авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта; подготовки авторских метериалов для разных типов СМИ и других медиа
ПК-3 ПКО-3	ПКО-3.1.	06.009 Специалист по	Знает: систему, технологии и

Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Отбирает маркетинговые инструменты для целеполагания, планирования и реализации коммуникационных проектов и оценки эффективности их эффективности ПКО-3.2. Проводит анализ ситуации, на условиях обоснования выбора разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.	продвижению и распространению продукции средств массовой информации B/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ	методы маркетинговых коммуникаций; основные понятия и этапы проведения маркетинговых исследований; методы и инструменты разработки и продвижения коммуникационного продукта; основные принципы текстового сопровождения интегрированных маркетинговых коммуникаций; основные технологии производства мультимедийного продукта; основные маркетинговые инструменты и инструменты маркетинговых коммуникаций; основные принципы конвергенции и условия функционирования медиасреды Умеет: организовывать систему сбора информации для маркетинговых исследований, систематизировать, анализировать информацию для принятия маркетинговых решений; проводить маркетинговые исследования; на базе результатов исследования выбирать эффективные технологии и инструменты для разработки и продвижения коммуникационного продукта; использовать маркетинговые инструменты при разработке коммуникативного продукта в рамках рекламных и PR-проектов; применять технологии производства мультимедийного продукта; применять основные маркетинговые инструменты при разработке и реализации коммуникационного продукта; создавать медиапродукты для конвергентных СМИ

			Имеет практический опыт: организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продута; исследования внутренней и внешней среды компании; планирования и применения технологий для разработки и продвижения коммуникационного продукта; применения основных маркетинговых технологий для обеспечения эффективного функционирования коммуникативного продукта в современной медийной среде; производства и распространения рекламного мультимедийного продукта; проведения маркетинговых исследований при разработке системы маркетинговых коммуникаций; создания медиапродукта для конвергентных СМИ
ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн коммуникаций	ПК-4.1. Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями). ПК-4.2. Разрабатывает и применяет современные	06.013 Специалист по информационным ресурсам A/04.4 Размещение информации на сайте	Знает: принципы применения фото и аудиовизуальных технических средств в профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью[3]; основные технологии маркетинговых коммуникаций, технические приемы интеграции коммуникационных средств коммуникаций, приемы и методы рекламной коммуникации; программы растровой и векторной графики (Photoshop, Adobe Illustrator и Corel Draw), программы верстки и графические программы свободного доступа для создания рекламных продуктов (Adobe In Design и Canva); технические средства,

	технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями		методы и приемы коммуникаций в цифровой реальности; основные технологии интеграции коммуникационных средств , приемы и методы коммуникации в сфере связей с общественностью; основные методы и приемы рекламы и PR в новых медиа; Основы технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде; основные преимущества цифровых технологий редактирования и монтажа видео; основные методы и приемы коммуникаций в цифровой реальности; особенности использования искусственного интеллекта в интегрированных коммуникациях; основные приемы и методы управления контентом корпоративного сайта; основные приемы и методы интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс; правила подготовки к выпуску, производства и распространения (онлайн и оффлайн) рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы Умеет: применять фото и аудиовизуальные технические средства для создания рекламного продукта; разрабатывать комплекс рекламных коммуникаций на основе приемов и методов онлайн и оффлайн воздействия; "Работать в графических программах. Создавать графические рекламные продукты. Владеет инструментарием

				пакетов графических программ. "; применять цифровые компетенции онлайн и оффлайн коммуникациях в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать приемы и инструменты PR-коммуникаций, методы онлайн и оффлайн воздействия; применять основные технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде при реализации коммуникационных кампаний; применять технологии нелинейного монтажа в профессиональной деятельности; продвигать рекламный и PR-продукт в новых медиа; создавать контент для корпоративного сайта; применять основные приемы и методы интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс; применять правила подготовки к выпуску, производства и распространения (онлайн и оффлайн) рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы Имеет практический опыт: применения фото и аудиовизуальных технических средств в профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; применения онлайн и оффлайн технологий рекламного продвижения предмета коммуникаций; имеет практический опыт создания визуальных графических рекламных продуктов – макетов

			листовок, плакатов, буклетов, открыток, обложек для книг и журналов; применения приемов и методов онлайн и оффлайн коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью; продвижения базисного субъекта PR с использованием технологий связей с общественностью; организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами в онлайн и офлайн среде; применения технологий нелинейного монтажа в профессиональной деятельности; применения технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций; подготовки материалов для размещения на корпоративном сайте; применения основных приемов и методов интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс; в подготовке к выпуску, производстве и распространении (онлайн и оффлайн) рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
ПК-5 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-5.1. Осознает важность принципов открытости и доверия в процессе деловых и социальных коммуникаций со стороны компании ПК-5.2. Воспитывает и развивает в себе ответственное отношение к компании,	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации B/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	Знает: теорию и практику имиджмейкинга, основные принципы построения профессионального образа и самопрезениации, этические и моральные принципы эффективных межличностных и массовых коммуникаций; методы организации профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на основе принципов открытости,

	сотрудникам, обществу		доверия и корпоративной социальной ответственности; особенности организации и управления работой рекламных служб и служб по связям с общественностью; их роль в разработке коммуникативной политики компании (организации) на основе корпоративной социальной ответственности; основы корпоративной культуры и принципы корпоративной социальной ответственности Умеет: формировать свой профессиональный образ с применением технологий имиджирования, выстраивать коммуникации на основе приемов аттракции, эмпатии, открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности; оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая адаптацию персонала к условиям работы корпорации и поставленным целям; "- Анализировать основные проблемы работы отделов рекламы и связей с общественностью различных структур; - оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая реализацию поставленных целей на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности "; учитывать социально значимые ценности в профессиональной деятельности Имеет практический опыт: управления технологиями имиджмейкинга, самопрезентации и применяет их в профессиональных

			межличностных, корпоративных и массовых коммуникациях; командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации; командной работы в процессе реализации профессиональной деятельности; опыт оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью; реализации коммуникационного продукта, опираясь на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности
ПК-6 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.	ПК-6.1. Редактирует тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа ПК-6.2. Редактирует сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач	06.013 Специалист по информационным ресурсам С/02.6 Управление информацией из различных источников	Знает: систему формационных, жанрово-стилистических, коммуникативных норм и приемы языковой игры в современной медиаречи; нормы, стандарты, форматы и технологические требования различных типов СМИ; основные нормы и правила создания контента корпоративного сайта; особенности создания и редактирования текстов для различных типов медиаплатформ, продвигать контент в различных медиасредах; технологические требования и стандарты каналов трансляции коммуникационного продукта Умеет: редактировать публикации разных типов, учитывая современный ортологический канон и прагматическую рамку рекламных и PR-сообщений;

			применять языковые нормы, стили в соответствии с требованиями различных типов СМИ и других медиа; анализировать соответствие формата коммуникационного продукта концепции корпоративного сайта; создавать и редактировать тексты для различных типов медиаплатформ, продвигать контент в различных медиасредах; реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Имеет практический опыт: работы над текстами для традиционных и новых медиа с целью успешного решения маркетинговых задач и оптимизации коммуникационной среды субъекта рекламной и PR-деятельности; редактирования материалов для разных типов СМИ в соответствии с нормами, форматами, стилями и технологическими требованиями; создания и анализа контента для корпоративного сайта; создания и редактирования текстов для различных типов медиаплатформ, продвижения контент в различных медиасредах; организации и контроля соответствия коммуникационного продукта медиаконцепции
ПК-7 Способен планировать и организовывать проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественность ю	ПК-7.1. Анализирует ситуацию, конъюнктуру, на основании этого планирует коммуникационные проекты ПК-7.2	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации B/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	Знает: этапы планирования и организации проектов в сфере рекламы; типовые проекты и методики организации кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методики использования результатов маркетинговых исследований для

	ПК-7.2. Разрабатывает и реализует проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.	В/04.6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	исследований для планирования проекта; основные документы по сопровождению проекта или компании в сфере рекламы и связей с общественностью; принципы планирования и организации проектов в сфере связей с общественностью; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы; основные алгоритмы проектов в сфере связей с общественностью; технологии SMM, интернет-маркетинга, принципы планирования и организации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; принципы планирования и организации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет: формулировать концепцию интегрированных маркетинговых коммуникаций; планировать, разрабатывать рекламные программы и проводить оценку их эффективности; реализовывать типовые методики и организации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты маркетинговых исследований для планирования проекта; готовить основные документы по сопровождению проекта или компании в сфере рекламы и связей с общественностью; разрабатывать концепцию ИМК; планировать и организовывать программы в сфере связей с общественностью; проводить оценку их эффективности; использовать результаты исследований для

				планирования рекламной кампании и при создании коммуникационного продукта; разрабатывать и проводить PR-кампании и мероприятия; разрабатывать SMM-стратегии, технологии интернет-продвижения, графические и текстовые материалы для проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; разрабатывать графические и текстовые материалы для проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Имеет практический опыт: планирования и разработки коммуникационных проектов в области рекламы на основе интегрированного подхода; планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации; проведения маркетингового исследования, разработки календарных планов; самостоятельной работы с документами и первоисточниками по связям с общественностью; написания аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов; разработки PR-проектов на основе интегрированного подхода; планирования и разработки коммуникационных проектов в области рекламы на основе интегрированного подхода; создания и распространения рекламных продуктов; разработки стратегии PR-

			кампании, продуктов PR-деятельности; разработки технологии SMM-стратегии, стратегии интеренет-продвижения, индивидуальных и коллективных проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; разработки индивидуальных и коллективных проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

	УК-1	УК-2	УК-3	УК-4	УК-5	УК-6	УК-7	УК-8	УК-9	УК-10	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ОПК-7	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7
Социология	+																							
Политология					+										+									
Риторика				+																				
Правоведение		+								+					+									
Деловой иностранный язык				+	+																			
Экономика									+						+									
Психология массовых коммуникаций					+									+										
Менеджмент						+									+									
Русский язык и культура речи				+																				
Безопасность жизнедеятельности								+																
Политический консалтинг												+		+										

Медиапланирование																+	+							
История рекламы и PR												+	+											
Технологии рекламы и связей с общественностью																+								
Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности		+										+			+									
Экономика организации рекламы и связей с общественностью														+	+									
Основы российской государственности					+																			
Культурология	+				+																			
Теория и практика массовой информации												+		+										
Основы теории коммуникации														+										

Психология						+																		
Стилистика и литературное редактирование											+													
Философия					+																			
Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью		+													+									
Деловое общение				+																				
История России	+				+																			
Иностранный язык				+	+																			
Физическая культура							+																	
Социология массовых коммуникаций			+														+							
Математика	+																							
Цифровые технологии	+															+								

Интегрированные маркетинговые коммуникации (реклама)																					+			+
Современная пресс-служба																			+				+	
История мировой литературы	+			+																				
Основы компьютерного дизайна																					+			
Фото-, видео и аудиоблогинг																							+	
Медиаграмотность в эпоху цифровых технологий		+																						
Методика фактчекинга и инструментарий верификации		+																						
Фактчекинг: технология фейковых новостей		+																						
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ																				+				+

Маркетинг			+																					
Статистика	+																							
Эстетика					+																			
Интегрированные маркетинговые коммуникации (связи с общественностью)																					+			+
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью																						+		
Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью																				+			+	
Имиджелогия																		+				+		
Корпоративная культура																		+				+		
Практикум по видам профессиональной деятельности																		+			+			
Логика	+				+																			

Экология								+															
Цифровой монтаж																					+		
Конвергенция в медиасреде																				+	+		
Реклама, PR, новые медиа и искусственный интеллект																					+		
Разработка PR-кампаний																							+
Контент-менеджмент корпоративного сайта																					+	+	
Планирование и проведение рекламной кампании																		+					+
Фото и аудиовизуальные технологии в рекламе																					+		
Мультимедийный продукт в рекламе и связях с общественность																				+			

Реклама и связи с общественностью в международной																		+	+					
Международные медиакоммуникации																		+	+					
Учебная практика (профессионально-ознакомительная) (4 семестр)					+						+			+										
Производственная практика (преддипломная) (10 семестр)																						+	+	+
Производственная практика (ориентированная, цифровая) (6 семестр)	+																				+			
Производственная практика (технологическая) (9 семестр)																								+
Производственная практика (научно-исследовательская работа) (8 семестр)																				+	+			

Производственная практика (профессионально-творческая) (6 семестр)	+																	+	+					
Продвижение медиапродукта в социальных сетях*																+								
Аудиовизуальные технологии в разработке медиапродукта*																+								
Информационные технологии и интеллектуальные системы в гуманитарной сфере*																+								

*факультативные дисциплины

4. СВЕДЕНИЯ ОБ УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Ресурсное обеспечение образовательной программы отвечает требованиям к условиям реализации образовательных программ высшего образования, определяемых ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

4.1. Общесистемное обеспечение программы

Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам. Перечень задействованных учебных лабораторий представлен в рабочих программах дисциплин, практик.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе «Лань» и к электронной информационно-образовательной среде университета. Университетом разработана информационная аналитическая система «Универис», доступ студента к которой осуществляется через личный кабинет. Студент имеет возможность ознакомиться с учебным планом, рабочими программами изучаемых дисциплин, практик, электронными образовательными ресурсами. В системе также хранятся сведения о результатах текущей и промежуточной аттестации каждого студента; через раздел «Топ-500» формируется электронное портфолио обучающегося, в том числе имеется возможность сохранения его работ и оценок за эти работы; имеется возможность общаться с любым участником образовательного процесса по электронной почте.

4.2. Материально-техническое обеспечение программы

Учебные аудитории университета оснащены необходимым оборудованием и техническими средствами обучения, обеспечивающими проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и самостоятельной работы обучающихся, предусмотренными учебным планом вуза, и соответствующими действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Перечень материально-технического обеспечения, используемого при реализации образовательной программы, приведен в рабочих программах дисциплин и практик.

Помещения для самостоятельной работы студентов, оснащенные компьютерной техникой с возможностью выхода в сеть «Интернет», в том числе в электронную-информационно-образовательную среду университета.

Университет располагает необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, состав которого определен в рабочих программах дисциплин и практик.

Образовательная программа обеспечена учебно-методической документацией и материалами по всем учебным дисциплинам. Обучающимся обеспечен доступ к фондам учебно-методической документации.

4.3. Кадровое обеспечение реализации программы

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками университета, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на иных условиях.

Квалификация педагогических работников университета отвечает квалификационным требованиям, указанным в профессиональных стандартах (при наличии) и (или) квалификационных справочниках.

Все преподаватели занимаются научной, учебно-методической и (или) практической деятельностью, соответствующей профилю преподаваемых дисциплин.

Доля педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень и (или) ученое звание, в общем числе педагогических работников университета, составляет не менее 70 %.

Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и (или) работников организаций, осуществляющих трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники, (имеющих стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет) в общем числе работников составляет не менее 5 %.

4.4. Финансовые условия реализации программы

Размер средств на реализацию образовательной программы ежегодно утверждается приказом ректора.

4.5. Механизмы оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе определяется в соответствии с Положением о внутренней независимой оценке качества образования.

4.6. Особенности организации образовательного процесса по образовательной программе для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение по образовательной программе инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется университетом с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья совместно с другими обучающимися.

Университет предоставляет инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (по их заявлению) возможность обучения по образовательной программе, учитывающей особенности их психофизического развития, индивидуальных возможностей и, при необходимости, обеспечивающей коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

При необходимости для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть разработан индивидуальный порядок освоения образовательной программы.

Для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрено использование специальных технических средств обучения и реабилитации, ассистивных информационных технологий.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах,

адаптированных к ограничениям их здоровья, в том числе с использованием специальных технических средств обучения и ассистивных информационных технологий.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья установлен особый порядок освоения дисциплин по физической культуре и спорту с учетом состояния их здоровья с соблюдением принципов здоровьесберегающих технологий и адаптивной физической культуры.

В случае необходимости использования электронного обучения, дистанционных образовательных технологий для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Выбор методов обучения осуществляется преподавателями, исходя из их доступности для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Конкретные формы и виды самостоятельной работы инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливаются преподавателями с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала.

Практическая подготовка обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья организуется с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении мест прохождения практики учитываются условия доступности и рекомендации о противопоказанных видах трудовой деятельности и рекомендуемых условиях труда, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации или абилитации инвалида.

Проведение текущей, промежуточной, государственной итоговой аттестации для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.