

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Дагестанский государственный университет»

«УТВЕРЖДАЮ»

Ректор

М. Х. Рабаданов

2021 г.



**АДАптиРОВАННАЯ
ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА**

высшего образования – программа бакалавриата

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления/специальности)

Направленность (профиль) программы

Связи с общественностью и коммуникативные технологии

наименование направленности (профиля), специализации

Форма (формы) обучения

заочная

очная, очно-заочная, заочная

Квалификация, присваиваемая выпускникам

бакалавр

МАХАЧКАЛА, 2021

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Дагестанский государственный университет»

«УТВЕРЖДАЮ»

Ректор _____ М. Х. Рабаданов

«_____» _____ 2021 г.

**АДАПТИРОВАННАЯ
ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА**

высшего образования – программа бакалавриата

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления/специальности)

Направленность (профиль) программы

Связи с общественностью и коммуникативные технологии

наименование направленности (профиля), специализации

Форма (формы) обучения

заочная

очная, очно-заочная, заочная

Квалификация, присваиваемая выпускникам

бакалавр

МАХАЧКАЛА, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	4
1.1. Назначение адаптированной основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.2. Нормативные документы	4
1.3. Общая характеристика АОПОП.....	5
1.3.1. Цель (миссия) АОПОП.....	5
1.3.2. Срок освоения АОПОП ВО.....	5
1.3.3. Объем образовательной программы.....	6
1.4. Требования к абитуриенту.....	6
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускников.....	6
2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников.....	6
2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО.....	7
2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников.....	9
3. Планируемые результаты освоения образовательной программы.....	10
3.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части.....	10
3.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.....	11
3.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.....	26
3.1.3. Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.....	39
4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП.....	54
4.1. Календарный учебный график.....	54
4.2. Учебный план.....	54
4.3. Рабочие программы дисциплин (модулей).....	55
4.4. Рабочие программы практик.....	55
4.5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.....	55
4.6. Фонд оценочных средств для проведения итоговой (государственной итоговой) аттестации.....	56
4.7. Методические материалы.....	56
5. Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации образовательной программы.....	57
Приложения	
Приложение 1. Календарный учебный график	
Приложение 2. Учебный план.	
Приложение 3. Рабочие программы дисциплин (модулей).	
Приложение 4. Рабочие программы практик.	
Приложение 5. Матрица компетенций	

1. Общие положения

1.1. Назначение адаптированной основной профессиональной образовательной программы (АОПОП).

Программа бакалавриата, реализуемая федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Дагестанский государственный университет» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью с учетом направленности (профиля) подготовки «Реклама и связи с общественностью» представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную ДГУ с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО), профессионального стандарта «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н, профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н.

АОПОП ВО адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и необходимых специальных условий их обучения.

АОПОП ВО представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание и планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, которые представлены в виде общей характеристики образовательной программы, учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), программ практик, оценочных средств, методических материалов.

1.2. Нормативные документы.

- Нормативную правовую базу разработки программы магистратуры составляют:
 - Федеральный закон от 29.12.2012г. № 273 «Об образовании в Российской Федерации».
 - приказ Минобрнауки России от 5.04.2017г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
 - приказ Минобрнауки России от 29.06.2015 г. №636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;
 - Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512;
 - Нормативно-методические документы Минобрнауки России;
 - Локальные акты ДГУ.

1.3. Общая характеристика АОПОП.

1.3.1. Цель (миссия) АОПОП.

Программа бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью имеет своей целью развитие у студентов личностных качеств, а также формирование личностных качеств, а также формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

В области воспитания целью программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью является развитие у студентов социально-личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности – целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, самостоятельности, гражданственности, приверженности этическим ценностям, коммуникативности, толерантности, настойчивости в достижении цели.

В области обучения общими целями программы являются подготовка в области основ гуманитарных, социальных, экономических, математических и естественнонаучных знаний, получение высшего образования, позволяющего выпускнику успешно проводить ориентированные на производство разработки и научные исследования, оформлять результаты научных исследований в виде публикаций в научных изданиях, излагать результаты в виде презентаций перед различными аудиториями.

Миссией программы бакалавриата, является подготовка высококвалифицированных специалистов для работы в сфере рекламы и связей с общественностью, профессионала высокого уровня, социально мобильного, целеустремленного, организованного, трудолюбивого, ответственного, с гражданской позицией, толерантного, готового к продолжению образования и включению в инновационную деятельность; специалиста, способного самостоятельно принимать профессиональные решения в области рекламы и связей с общественностью.

АОПОП имеет своей целью развитие у студентов личностных качеств, а также формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки, а также в углубленной и качественной подготовке конкурентоспособных и компетентных профессионалов, обладающих высоким уровнем правовой культуры и правосознания, фундаментальными знаниями в области рекламы и связей с общественностью.

1.3.2. Срок освоения АОПОП ВО.

Образовательная профессиональная образовательная программа по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в ДГУ реализуется в очной форме.

Срок получения образования по программе бакалавриата (вне зависимости от применяемых образовательных технологий):

- в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после

прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 4 года;

- в заочной форме – 5 лет;

Срок освоения АОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) при обучении по индивидуальному учебному плану, вне зависимости от формы обучения, устанавливается Ученым советом Университета и составляет не более срока получения образования, установленного для соответствующей формы обучения, а при обучении по индивидуальному плану инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть увеличен по их желанию по сравнению со сроком получения профессионального образования не более чем на один год по сравнению со сроком получения образования для соответствующей формы обучения. Образовательная программа не может реализовываться с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

1.3.3. Объем образовательной программы

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц вне зависимости от применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану.

Объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 з.е. (за исключением ускоренного обучения), а при ускоренном обучении - не более 80 з.е.

Одна зачетная единица соответствует 36 академическим часам или 27 астрономическим часам.

1.4. Требования к абитуриенту.

Абитуриент должен иметь среднее общее образование, наличие которого подтверждено документом об образовании или об образовании и о квалификации. При поступлении в университет абитуриент должен успешно пройти вступительные испытания в форме ЕГЭ по дисциплинам: русский язык, обществознание, история.

При поступлении в Университет лица с ОВЗ, не имеющие результатов ЕГЭ, могут самостоятельно выбрать форму сдачи вступительных испытаний. Поступающему абитуриенту с ОВЗ создаются специальные условия, включающие в себя возможность выбора формы вступительных испытаний (письменно или устно), возможность использовать технические средства, помощь ассистента, а также увеличение продолжительности вступительных испытаний

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускников.

2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников.

Область профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата, могут осуществлять профессиональную деятельность:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные

издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации);

сфера рекламы и связей с общественностью.

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

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

1. Организационный;
2. Технологический;
3. Социально-просветительский.

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, включает: коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде; общественное мнение.

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются: федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации, научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность; производственные и сервисные предприятия.

2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО

Настоящая программа бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленности (профиля) подготовки «Реклама и связи с общественностью» и разработана в соответствии с требованиями и содержанием следующих профессиональных стандартов:

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование профессионального стандарта
1.	06.009	Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н
2.	06.013	Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н

Настоящая АОПОП направлена на формирование следующего перечня обобщенных трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы бакалавриат по направлению подготовки 40.03.01 Реклама и связи с общественностью, профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью»:

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	код	Уровень (подуровень квалификации)
06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	А	Организация распространения продукции СМИ	5	Составление и заключение договоров на доставку продукции СМИ, формирование необходимой документации для доставки продукции СМИ (в случае доставки корпоративным транспортом)	А/02.5	5
06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	А	Организация распространения продукции СМИ	5	Организация и проведение подписной кампании	А/03.5	5
06.013 Специалист по информационным ресурсам	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6
06.013 Специалист по информационным ресурсам	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	В/04.6	6

2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности вы-

пускников.

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности или области знания
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);	проектный; организационный	<ul style="list-style-type: none"> – участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; – участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе; – участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; – участие в формировании и поддержании корпоративной культуры. 	<ul style="list-style-type: none"> - федеральные органы государственной власти; - органы государственной власти субъектов Российской Федерации; - органы местного самоуправления; - негосударственные, общественные и коммерческие организации; - средства массовой информации; - научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность; - производственные и сервисные предприятия
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации):	проектный; организационный;	<ul style="list-style-type: none"> – участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; – участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного пси- 	<ul style="list-style-type: none"> - федеральные органы государственной власти; - органы государственной власти субъектов Российской Федерации; - органы местного самоуправления; - негосударственные, общественные и коммерческие организации;

		<p>хологического климата в коллективе;</p> <p>– участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;</p> <p>– участие в формировании и поддержании корпоративной культуры.</p>	<p>- средства массовой информации;</p> <p>- научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;</p> <p>- производственные и сервисные предприятия</p>
-сфера рекламы и связей с общественностью	проектный; организационный;	<p>– участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;</p> <p>– участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;</p> <p>– участие в формировании и поддержании корпоративной культуры.</p>	<p>- федеральные органы государственной власти;</p> <p>- органы государственной власти субъектов Российской Федерации;</p> <p>- органы местного самоуправления;</p> <p>- негосударственные, общественные и коммерческие организации;</p> <p>- средства массовой информации;</p> <p>- научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;</p> <p>- производственные и сервисные предприятия</p>

3. Планируемые результаты освоения адаптированной основной профессиональной образовательной программы.

3.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части.

3.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции выпускника	Результаты обучения	Дисциплины учебного плана
<i>Системное и критическое мышление</i>	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК -1.1. Проводит структурный функциональный анализ проблемной ситуации в сфере профессиональной деятельности осуществляет морфологический и генетический анализ ситуации в рамках решаемой профессиональной проблемы.	<i>Знает: структурный функциональный анализ проблемной ситуации в сфере профессиональной деятельности осуществляет морфологический и генетический анализ ситуации в рамках решаемой профессиональной проблемы. Умеет: проводит структурный функциональный анализ проблемной ситуации в сфере профессиональной деятельности осуществляет морфологический и генетический анализ ситуации в рамках решаемой профессиональной проблемы. Владеет: технологией проведения структурный функциональный анализ проблемной ситуации в сфере профессиональной деятельности осуществляет морфологический и генетический анализ</i>	Философия Социология Математика и статистика Цифровые коммуникации Методика и методология исследований в сфере коммуникаций Управление коммуникациями и связи с общественностью PR-технологии Социальная реклама Социальные медиа Современная пресс-служба История рекламы Конфликтология в медиасфере Учебная практика: профессионально-ознакомительная Производственная практика: профессионально-творческая Производственная практика: преддипломная

			<i>ситуации в рамках решаемой профессиональной проблемы.</i>	
		УК - 1.2. Определяет критерии и показатели для оценки ситуации и возможных вариантов ее развития подбирает и обосновывает возможные стратегии действий в проблемной ситуации в сфере профессиональной деятельности.	<i>Знает: критерии и показатели для оценки ситуации и возможных вариантов ее развития подбирает и обосновывает возможные стратегии действий в проблемной ситуации в сфере профессиональной деятельности. Умеет: определять критерии и показатели для оценки ситуации и возможных вариантов ее развития подбирает и обосновывает возможные стратегии действий в проблемной ситуации в сфере профессиональной деятельности. Владеет: методикой определения критериев и показателей для оценки ситуации и возможных вариантов ее развития подбирает и обосновывает возможные стратегии действий в проблемной ситуации в сфере профессиональной деятельности.</i>	
		УК - 1.3. Составляет план решения профессиональной проблемы оценивает эффективно-	<i>Знает: методы составления плана решения</i>	

		сти предлагаемых решений с точки зрения прогнозируемого результата их реализации	<i>профессиональной проблемы оценивает эффективность предлагаемых решений с точки зрения прогнозируемого результата их реализации. Умеет: составлять план решения профессиональной проблемы оценивает эффективность предлагаемых решений с точки зрения прогнозируемого результата их реализации. Владеет: технологией составления плана решения профессиональной проблемы оценивает эффективность предлагаемых решений с точки зрения прогнозируемого результата их реализации</i>	
<i>Разработка и реализация проектов.</i>	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 проблематизацию проекта определяет и обосновывает цели проекта	<i>Знает: проблемы проектирования, определяет и обосновывает цели проекта. Умеет: определять и обосновывать цели проекта. Владеет: методами обоснования цели проекта.</i>	Политическая социология Общественные и государственные институты в современном мире Государственное регулирование в медиасфере Теория и практика рекламы Правовое регулирование связью с общественностью и рекламы Менеджмент в рекламе и связях с общественностью Креатив и конструирование в рекламе
		УК – 2.2. Организует сбор и анализ информации и ресурсов, необходимых для реализации проекта	<i>Знает: формы сбора и анализа информации и ресурсов, необходимых для реализации проекта. Умеет: организовывать сбор</i>	

			<p><i>и анализ информации и ресурсов, необходимых для реализации проекта</i> <i>Владеет: технологией организации сбора и анализа информации и ресурсов, необходимых для реализации проекта</i></p>	<p>Рекламное обеспечение проектной деятельности Учебная практика: профессионально-ознакомительная Производственная практика: профессионально-творческая Производственная практика: преддипломная</p>
		<p>УК -2.3. Планирует и организует работу проектной команды в рамках реализации проекта</p>	<p><i>Знает: планирование и методы организации работы проектной команды в рамках реализации проекта</i> <i>Умеет: планировать и организовывать работу проектной команды в рамках реализации проекта</i> <i>Владеет: методами планирования и организации работы проектной команды в рамках реализации проекта.</i></p>	
		<p>УК - 2.4. Выстраивает продуктивное взаимодействие с участниками проекта и партнерами</p>	<p><i>Знает: механизмы выстраивания продуктивного взаимодействия с участниками проекта и партнерами.</i> <i>Умеет: выстраивать продуктивное взаимодействие с участниками проекта и партнерами.</i> <i>Владеет: средствами продуктивного взаимодействия с участниками проекта и партнерами.</i></p>	

			<i>рами.</i>	
		УК - 2.5. Оценивает и анализирует результаты реализации проекта на основе подобранных критериев и показателей	<i>Знает: формы оценивания и анализа результатов реализации проекта на основе подобранных критериев и показателей. Умеет: оценивать и анализировать результаты реализации проекта на основе подобранных критериев и показателей. Владеет: методами оценивания и анализа результатов реализации проекта на основе подобранных критериев и показателей.</i>	
<i>Командная работа и лидерство</i>	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК - 3.1. Формирует команду для решения поставленной цели и регулирует внутрикомандное взаимодействие	<i>Знает: способы формирования команды для решения поставленной цели и регулирования внутрикомандного взаимодействия. Умеет: формировать команду для решения поставленной цели и регулирования внутрикомандного взаимодействия. Владеет: технологией формирования команды для решения поставленной цели и регулирования внутрикомандного взаимодействия.</i>	Психология Социология Социальная психология Технология социальной рекламы Социальная психология рекламы Реклама и связи в социальной сфере с ответственностью в современной России Управление коммуникациями и связи с общественностью Интегрированные коммуникации Конфликтология в медиасфере Основы межкультурной коммуникации Учебная практика: профессио-

	<p>УК - 3.2. Осуществляет целеполагание и стратегическое планирование командной работы</p>	<p><i>Знает: методы целеполагания и стратегического планирования командной работы. Умеет: осуществлять целеполагание и стратегическое планирование командной работы. Владеет: методами целеполагания и стратегического планирования командной работы.</i></p>	<p>нально-ознакомительная Производственная практика: профессионально-творческая Производственная практика: преддипломная</p>
<p>УК - 3.3. Организует совместную деятельность и руководит командой, прогнозирует результаты (последствия) как личных, так и коллективных действий</p>	<p><i>Знает: формы организации совместной деятельности и руководства командой, прогноза результатов (последствий) как личных, так и коллективных действий. Умеет: организовывать совместную деятельность и руководит командой, прогнозировать результаты (последствия) как личных, так и коллективных действий. Владеет: технологией организации совместной деятельности и руководства командой, прогноза результатов (последствий) как личных, так и коллективных действий.</i></p>		
<p>УК - 3.4. Проводит анализ результатов командной работы</p>	<p><i>Знает: содержание и структуру анализа ре-</i></p>		

			<p>зультатов командной работы.</p> <p><i>Умеет: проводит анализ результатов командной работы.</i></p> <p><i>Владеет: навыками анализа результатов командной работы.</i></p>	
		<p>УК - 3.5. Оценивает эффективность своего руководства командной работой в рамках достижения поставленной цели</p>	<p><i>Знает: методы оценки эффективности своего руководства командной работой в рамках достижения поставленной цели.</i></p> <p><i>Умеет: оценить эффективность своего руководства командной работой в рамках достижения поставленной цели.</i></p> <p><i>Владеет: навыками оценки эффективности своего руководства командной работой в рамках достижения поставленной цели.</i></p>	
<p><i>Коммуникация</i></p>	<p>УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>УК 4.1. - Использует современные коммуникативные технологии в процессе профессиональной коммуникации</p>	<p><i>Знает: современные коммуникативные технологии в процессе профессиональной коммуникации.</i></p> <p><i>Умеет: использовать современные коммуникативные технологии в процессе профессиональной коммуникации.</i></p> <p><i>Владеет: современными коммуникативными технологиями в процессе профессио-</i></p>	<p>Русский язык и культура речи</p> <p>Иностранный язык</p> <p>Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации</p> <p>Культура делового общения</p> <p>Современная пресс-служба</p> <p>Риторика</p> <p>Основы межкультурной</p>

			нальной коммуникации.	коммуникации Производственная практика: преддипломная
		УК 4.2. - Демонстрирует навыки коммуникации в разных ситуациях академического и профессионального взаимодействия	<p><i>Знает: навыки коммуникации в разных ситуациях академического и профессионального взаимодействия.</i></p> <p><i>Умеет: демонстрировать навыки коммуникации в разных ситуациях академического и профессионального взаимодействия.</i></p> <p><i>Владеет: навыками коммуникации в разных ситуациях академического и профессионального взаимодействия.</i></p>	
		УК 4.3. - Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные	<p><i>Знает: результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные.</i></p> <p><i>Умеет: представлять результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные.</i></p> <p><i>Владеет: методами представления результатов академической и профессиональной деятельности на различных научных меро-</i></p>	

			<i>приятных, включая международные.</i>	
		УК - 4.4. Соблюдает правила коммуникации в рамках участия в академической и профессиональной дискуссии	<p><i>Знает: правила коммуникации в рамках участия в академической и профессиональной дискуссии.</i></p> <p><i>Умеет: соблюдать правила коммуникации в рамках участия в академической и профессиональной дискуссии.</i></p> <p><i>Владеет: правилами коммуникации в рамках участия в академической и профессиональной дискуссии.</i></p>	
		УК - 4.5. Устанавливает профессиональные контакты и решает конкретные задачи на основе академического и профессионального взаимодействия с учетом мнений отечественных и зарубежных коллег	<p><i>Знает: профессиональные контакты и решение конкретных задач на основе академического и профессионального взаимодействия с учетом мнений отечественных и зарубежных коллег.</i></p> <p><i>Умеет: устанавливать профессиональные контакты и решает конкретные задачи на основе академического и профессионального взаимодействия с учетом мнений отечественных и зарубежных коллег.</i></p> <p><i>Владеет: технологией установления профессиональных</i></p>	

			<p><i>контактов и решения конкретных задач на основе академического и профессионального взаимодействия с учетом мнений отечественных и зарубежных коллег.</i></p>	
		<p>УК - 4.6. Переводит с иностранного языка на государственный и обратно, редактирует различные жанры академических и профессиональных текстов (рефератов, эссе, обзоров, статей и пр.)</p>	<p><i>Знает: технологии перевода с иностранного языка на государственный и обратно, редактирует различные жанры академических и профессиональных текстов (рефератов, эссе, обзоров, статей и пр.).</i></p> <p><i>Умеет: переводить с иностранного языка на государственный и обратно, редактирует различные жанры академических и профессиональных текстов (рефератов, эссе, обзоров, статей и пр.).</i></p> <p><i>Владеет: навыками перевода с иностранного языка на государственный и обратно, редактирует различные жанры академических и профессиональных текстов (рефератов, эссе, обзоров, статей и пр.).</i></p>	

<i>Межкультурное взаимодействие.</i>	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК - 5.1. Выбирает и использует необходимую для межкультурного взаимодействия информацию об особенностях отдельных этнических, религиозных, социальных групп	<i>Знает: способности выбора и использования необходимой для межкультурного взаимодействия информацию об особенностях отдельных этнических, религиозных, социальных групп. Умеет: выбирать и использовать необходимую для межкультурного взаимодействия информацию об особенностях отдельных этнических, религиозных, социальных групп. Владеет: навыками выбора и использования необходимой для межкультурного взаимодействия информацию об особенностях отдельных этнических, религиозных, социальных групп.</i>	Философия История России Всеобщая история Политическая социология Культурология Психология Социология Социальная психология Социальная психология рекламы Реклама и связи в социальной сфере с ответственностью в современной России Культура делового общения Имиджелогия История рекламы Конфликтология в медиасфере Интернет коммуникации в рекламе и связях с общественностью Основы межкультурной коммуникации Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью
		УК - 5.2. Выстраивает межкультурный диалог с учетом правил межкультурного взаимодействия	<i>Знает: технологии выстраивания межкультурного диалога с учетом правил межкультурного взаимодействия. Умеет: выстраивать межкультурный диалог с учетом правил межкультурного взаимодействия. Владеет: методами выстраивания межкультурного диалога с</i>	Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ Производственная практика: профессионально-творческая Производственная практика: преддипломная

			<i>учетом правил межкультурного взаимодействия.</i>	
		УК -5.3. Оценивает эффективность процесса межкультурного взаимодействия	<i>Знает: формы и методы оценивания эффективности процесса межкультурного взаимодействия. Умеет: оценивать эффективность процесса межкультурного взаимодействия Владеет: способами оценивания эффективности процесса межкультурного взаимодействия.</i>	
		УК - 5.4. Осуществляет анализ и рефлексию собственной деятельности и поведения в процессе межкультурного взаимодействия	<i>Знает: методы осуществления анализа и рефлексии собственной деятельности и поведения в процессе межкультурного взаимодействия. Умеет: осуществлять анализ и рефлексию собственной деятельности и поведения в процессе межкультурного взаимодействия. Владеет: навыками анализа и рефлексии собственной деятельности и поведения в процессе межкультурного взаимодействия</i>	
<i>Самоорганизация и саморазвитие (в том</i>	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализо-	УК - 6.1. Выстраивает и обосновывает иерархию целей и задач саморазвития с точки	<i>Знает: спосо-бы выстраивания и обосно-</i>	Философия История России Всеобщая исто-

числе здоровьесбережение).	вывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	зрения их приоритета в жизненном и профессиональном самоопределении.	<i>вания иерархии целей и задач саморазвития с точки зрения их приоритета в жизненном и профессиональном самоопределении. Умеет: выстраивать и обосновывать иерархию целей и задач саморазвития с точки зрения их приоритета в жизненном и профессиональном самоопределении. Владеет: методиками выстраивания и обоснования иерархии целей и задач саморазвития с точки зрения их приоритета в жизненном и профессиональном самоопределении.</i>	рия Русский язык и культура речи Экономика Психология Менеджмент в рекламе и связях с общественностью Социальная психология Организация и менеджмент рекламной кампании Учебная практика: профессионально-ознакомительная Производственная практика: профессионально-творческая Производственная практика: преддипломная
		УК - 6.2. Проводит самооценку уровня своей готовности к решению профессиональных задач разрабатывает и реализует программу саморазвития и самосовершенствования	<i>Знает: самооценку уровня своей готовности к решению профессиональных задач разрабатывает и реализует программу саморазвития и самосовершенствования Умеет: проводить самооценку уровня своей готовности к решению профессиональных задач разрабатывает и реализует программу саморазвития и самосовершенствования Владеет: технологиями проведения само-</i>	

			оценку уровня своей готовности к решению профессиональных задач разрабатывает и реализует программу саморазвития и самосовершенствования.	
		УК - 6.3. Подбирает критерии и анализирует результаты процесса самосовершенствования, на их основе корректирует процесс саморазвития в зависимости отменяющихся условий и потребностей.	<p><i>Знает: критерии и методы анализа результатов процесса самосовершенствования, на их основе корректирует процесс саморазвития в зависимости отменяющихся условий и потребностей.</i></p> <p><i>Умеет: подбирать критерии и анализировать результаты процесса самосовершенствования, на их основе корректирует процесс саморазвития в зависимости отменяющихся условий и потребностей.</i></p> <p><i>Владеет: навыками подбора критериев и анализа результатов процесса самосовершенствования, на их основе корректирует процесс саморазвития в зависимости отменяющихся условий и потребностей.</i></p>	
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение).	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноцен-	УК-7.1. Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и	<p><i>Знает: виды физических упражнений.</i></p> <p><i>Умеет: применять на прак-</i></p>	Физическая культура и спорт Элективные курсы по физической культуре

	ной социальной и профессиональной деятельности	условий реализации профессиональной деятельности	<i>тике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья и психофизической подготовки. Владеет: средствами и методами укрепления индивидуального здоровья для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</i>	Производственная практика: преддипломная
		УК-7.2. Планирует свое рабочее и свободное время для сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности	<i>Знает: различные комплексы физкультурных упражнений. Умеет: выполнять различные комплексы физкультурных упражнений. Владеет: опытом организации индивидуальных и групповых комплексов физической культуры.</i>	
		УК-7.3. Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности	<i>Знает: научно-практические основы физической культуры, профилактики вредных привычек и здорового образа и стиля жизни. Умеет: выполнять различные комплексы физкультурных упражнений. Владеет: средствами и методами укрепления индивидуального здоровья для обеспечения полноценной социальной и профессиональной</i>	

			<i>деятельности</i>	
Безопасность жизнедеятельности	УК-8Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1. Анализирует факторы вредного влияния элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений)	<i>Знает: классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения. Умеет: выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций. Владеет: навыками анализа факторов вредного влияния элементов среды обитания.</i>	Безопасность жизнедеятельности Производственная практика: преддипломная
		УК-8.2. Идентифицирует опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой деятельности	<i>Знает: причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций. Умеет: поддерживать безопасные условия жизнедеятельности. Владеет: технологиями идентификации опасных и вредных факторов в рамках осуществляемой деятельности.</i>	
		УК-8.3. Выявляет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций	<i>Знает: принципы организации безопасности труда на предприятии, технические средства защиты людей в условиях чрезвычайной ситуации. Умеет: оценивать вероятность возникновения потенциальной опас-</i>	

			ности и принимать меры по ее предупреждению. Владеет: технологиями выявления проблем, связанных с нарушениями техники безопасности на рабочем месте, а также навыками по организации мероприятий по предотвращению чрезвычайных ситуаций.	
		УК-8.4. Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; оказывает первую помощь, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях	Знает: правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций, технические средства защиты людей в условиях чрезвычайной ситуации. Умеет: разъяснять правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения. Владеет: навыками оказания первой помощи, а также, описания способов участия в восстановительных мероприятиях.	
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике УК-9.2 Сопоставляет различные экономические подходы в достижении профессиональных задач УК-9.3 Применяет обоснованные экономические решения в различных областях профессиональной деятельности	Знает: базовые экономические теории, влияющие на общественные процессы и социальные явления; Умеет: эффективно применять различные экономические подходы в достижении	Экономика, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Производственная практика: преддипломная

			<i>профессиональных задач в социальной сфере ; Владеет: методами и навыками применения обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности</i>	
Гражданская позиция	УК-10.Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-10.1. Знаком с действующими правовыми нормами, обеспечивающими борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; со способами профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней	<i>Знает: правовые категории, терминологию, современного законодательства в сфере противодействия коррупции;</i>	Политическая социология. Социология, Общественные и государственные институты в современном мире, Производственная практика: преддипломная
		УК-10.2. Предупреждает коррупционные риски в профессиональной деятельности; исключает вмешательство в свою профессиональную деятельность в случаях склонения к коррупционным правонарушениям	<i>Умеет: принимать обоснованные управленческие и организационные решения и совершать иные действия в точном соответствии с законодательством в сфере противодействия коррупции;</i>	
		УК-10.3. Способствует формированию нетерпимого отношения к коррупционному поведению в профессиональной сфере	<i>Владеет: навыками методики поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов, направленных на противодействие коррупции, в своей профессиональной деятельности</i>	

3.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) общепрофессиона-	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции выпускника	Результаты обучения	Дисциплины учебного плана
--	---	--	---------------------	---------------------------

нальных компетенций				
<p>Продукт профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p>ОПК - 1.1. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства для создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p><i>Знает: современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства для сбора информации при решении профессиональных и научно-исследовательских задач.</i> <i>Умеет: применять современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства для сбора информации при решении профессиональных и научно-исследовательских задач.</i> <i>Владеет: современными информационно-коммуникационными технологиями и программными средствами для сбора информации при решении профессиональных и научно-исследовательских задач.</i></p>	<p>Русский язык и культура речи Иностранный язык Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации Теория и практика рекламы Производство и распространение рекламного продукта Социальная психология рекламы Основы развития soft - компетенций Риторика Разработка и технологии производства видеорекламы Документационное обеспечение рекламной деятельности Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью</p>
		<p>ОПК - 1.2. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства для обработки информации при решении профессиональных задач.</p>	<p><i>Знает: современные информационно-коммуникационные технологии и программные</i></p>	<p>(он-лайн курсы СПбГУ) Продвижение веб-</p>

			<p><i>средства для обработки информации при решении профессиональных задач.</i> <i>Умеет: применять современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства для обработки информации при решении профессиональных.</i> <i>Владеет: навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий и программных средств для обработки информации при решении профессиональных задач.</i></p>	<p>сайтов (он-лайн курсы СПбГУ) Производственная практика: профессионально-творческая Производственная практика: преддипломная</p>
		<p>ОПК - 1.3. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства для представления информации при решении профессиональных задач.</p>	<p><i>Знает: современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства для представления информации при решении профессиональных задач.</i> <i>Умеет: применять современные информационно-коммуникационные технологии и программные</i></p>	

			<p><i>средства для представления информации при решении профессиональных задач.</i></p> <p><i>Владеет:</i></p> <p><i>навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий и программных средств для представления информации при решении профессиональных задач.</i></p>	
Общество и государство	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. - Анализирует, объясняет и прогнозирует тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	<p><i>Знает: закономерности анализа, описания и прогнозирования социальных явлений и процессов на основе научных теорий, концепций, подходов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах .</i></p> <p><i>Умеет: анализировать, объяснять и прогнозировать социальные явления и процессы на основе научных теорий, концепций, подходов для их разностороннего освещения в создаваемых</i></p>	<p>Социология</p> <p>Общественные и государственные институты в современном мире</p> <p>Цифровые коммуникации</p> <p>Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях</p> <p>Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации</p> <p>Государственное регулирование в медиасфере</p> <p>Производство и распространение рекламного продукта</p> <p>Менеджмент в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Методика и методология исследований в сфере коммуникаций</p> <p>Технология социальной рекламы</p> <p>Социальная психология рекламы</p> <p>Реклама и связи в социальной сфере с общественно-</p>

			<p>медиапродуктах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.</p> <p><i>Владеет: методами анализа, описания и прогнозирования социальных явлений и процессов на основе научных теорий, концепций, подходов для их разностороннего освещения в создаваемых медиапродуктах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.</i></p>	<p>стью в современной России Культура делового общения Управление коммуникациями и связи с ответственностью Дизайн рекламного продукта Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Интегрированные коммуникации Социальная реклама Социальные медиа Современная пресс-служба Имиджелогия История рекламы Интернет коммуникации в рекламе и связях с общественностью Основы межкультурной коммуникации</p>
		<p>ОПК 2.2.- Анализирует и оценивает профессиональную информацию с применением современных способов и методов организации мониторинговых исследований.</p>	<p><i>Знает: методы анализа и оценивания профессиональной информации с применением современных способов и методов организации мониторинговых исследований.</i></p> <p><i>Умеет: анализировать и оценивать профессиональную информацию с применением современных способов и методов организации мониторинговых исследований.</i></p> <p><i>Владеет: навыками анализа и оценивания</i></p>	<p>Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью Организация и менеджмент рекламной кампании Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью Производственная практика: профессионально-творческая Производственная практика: преддипломная Основы взаимодействия государственных и общественных институтов в сфере социального партнерства</p>

			<i>профессиональной информации с применением современных способов и методов организации мониторинговых исследований.</i>	
		ОПК 2.3. - Вырабатывает пути для разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	<i>Знает: пути разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. Умеет: вырабатывать пути разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. Владеет: технологиями разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.</i>	
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	ОПК - 3.1. Систематизирует результаты достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	<i>Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Умеет: систематизи-</i>	Культурология Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях Введение в коммуникационные специальности Теория и практика рекламы Производство и распространение рекламного продукта

			<p><i>ровать достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Владеет: методами систематизации достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</i></p>	<p>Социальная психология рекламы Реклама и анализ потребительского поведения Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Социальная реклама Продвижение продуктов и идей в сети Интернет Производственная практика: профессионально-творческая Производственная практика: преддипломная</p>
		<p>ОПК - 3.2 Представляет результаты научной и практической деятельности в форме публичных выступлений и/или публикаций.</p>	<p><i>Знает: способности презентации результатов научной и практической деятельности в форме публичных выступлений и/или публикаций.</i> <i>Умеет: представлять результаты научной и практической деятельности в форме публичных выступлений и/или публикаций.</i> <i>Владеет: навыками презентации результатов научной и практической деятельности в форме публичных выступлений</i></p>	

			<i>и/или публикаций</i>	
		ОПК - 3.3. Умеет осуществлять мониторинг, сбор и обработку информации об основных достижениях отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	<i>Знает: методы осуществления мониторинга, сбора и обработки информации об основных достижениях отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Умеет: осуществлять мониторинг, сбор и обработку информации об основных достижениях отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Владеет: навыками проведения мониторинга, сбора и обработки информации об основных достижениях отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</i>	
Аудитория	ОПК-4. Способен от-	ОПК - 4.1. Осуществляет си-	<i>Знает: тео-</i>	Производство и

	<p>вечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.</p>	<p>стематическое взаимодействие различными социальными структурами и институтами общества для эффективного решения профессиональных задач.</p>	<p><i>ретические основы организации систематического взаимодействия с различными социальными структурами и институтами общества для эффективного решения профессиональных задач. Умеет: осуществлять систематическое взаимодействие различными социальными структурами и институтами общества для эффективного решения профессиональных задач и. Владеет: знаниями организации систематического взаимодействия с различными социальными структурами и институтами общества.</i></p>	<p>распространение рекламного продукта Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы Менеджмент в рекламе и связях с общественностью Реклама и связи в социальной сфере с общественностью в современной России Культура делового общения Реклама и анализ потребительского поведения Рекламный копирайтинг Управление коммуникациями и связи с общественностью Дизайн рекламно-коммуникационного продукта Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Интегрированные коммуникации Социальные медиа Креатив и конструирование в рекламе Продвижение продуктов и идей в сети Интернет</p>
		<p>ОПК- 4.2. Использует ресурсы различных организаций и ведомств для решения профессиональных задач.</p>	<p><i>Знает: ресурсы различных организаций и ведомств для решения профессиональных задач. Умеет: использовать ресурсы различных организаций и ведомств для решения профессиональных задач. Владеет: знаниями ресурсов различных</i></p>	<p>Современная пресс-служба Имиджелогия Основы развития soft - компетенций Риторика Рекламное обеспечение проектной деятельности Интернет коммуникации в рекламе и связях с общественностью Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью</p>

			<i>организаций и ведомств для решения профессиональных задач.</i>	Организация и менеджмент рекламной кампании Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью Производственная практика: профессионально-творческая Производственная практика: преддипломная
		ОПК - 4.3. Применяет современные технологии и методы организации внутриведомственного и межведомственного взаимодействия, в том числе технологии удаленной и цифровой коммуникации.	<i>Знает: современные технологии и методы организации внутриведомственного и межведомственного взаимодействия, в том числе технологии удаленной и цифровой коммуникации. Умеет: Применять современные технологии и методы организации внутриведомственного и межведомственного взаимодействия, в том числе технологии удаленной и цифровой коммуникации. Владеет: современными технологиями и методами организации внутриведомственного и межведомственного взаимодействия, в том числе технологии удаленной и цифровой коммуникации.</i>	

<p>Медиакоммуникационная система</p>	<p>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</p>	<p>ОПК - 5.1. Применять содержание основных правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность, разрабатывать программы мониторинга и оценки результатов реализации профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами с учетом тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования.</p>	<p><i>Знает: содержание основных правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность, разрабатывать программы мониторинга и оценки результатов реализации профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами с учетом тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования. Умеет: применять содержание основных правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность, разрабатывать программы мониторинга и оценки результатов реализации профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми</i></p>	<p>Экономика Государственное регулирование в медиасфере Теория и практика рекламы Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы Менеджмент в рекламе и связях с общественностью Методика и методология исследований в сфере коммуникаций Реклама и связи в социальной сфере с общественностью в современной России Реклама и анализ потребительского поведения Продвижение продуктов и идей в сети Интернет История рекламы Документационное обеспечение рекламной деятельности Основы межкультурной коммуникации Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью Продвижение веб-сайтов (он-лайн курсы СПбГУ) Производственная практика:</p>
--------------------------------------	---	---	--	---

			<p><i>актами с учетом тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования. Владеет: методами применения основных правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность, разработать программы мониторинга и оценки результатов реализации профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами с учетом тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования.</i></p>	<p>профессионально-творческая Производственная практика: преддипломная Основы взаимодействия государственных и общественных институтов в сфере социального партнерства</p>
		<p>ОПК - 5.2. Применяет содержание основных правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность, разработывать программы мониторинга и оценки результатов реализации профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами с учетом</p>	<p><i>Знает: содержание основных правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность, разработать</i></p>	

		<p>тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования .</p>	<p><i>батывать программы мониторинга и оценки результатов реализации профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами с учетом тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования. Умеет: применять содержание основных правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность, разрабатывать программы мониторинга и оценки результатов реализации профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами с учетом тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономиче-</i></p>
--	--	--	---

			<p><i>ских механизмов их функционирования. Владеет: методами применения основных правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность, разрабатывать программы мониторинга и оценки результатов реализации профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами с учетом тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования.</i></p>	
		<p>ОПК - 5.3. Осуществляет оценку результативности управленческих решений и нормативных документов, опираясь на современные научные знания и результаты социологических исследований.</p>	<p><i>Знает: методику оценки результативности управленческих решений и нормативных документов, опираясь на современные научные знания и результаты социологических исследований. Умеет: осуществлять оценку результативности управленческих реше-</i></p>	

			<p><i>ний и нормативных документов, опираясь на современные научные знания и результаты социологических исследований. Владеет: технологиями оценки результативности управленческих решений и нормативных документов, опираясь на современные научные знания и результаты социологических исследований.</i></p>	
Технологии	<p>ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p>	<p><i>Знает: необходимое для профессиональной деятельности техническое оборудование и программное обеспечение. Умеет: использовать знания современных технических средств в процессе медиапроизводства. Владеет: способностью отслеживать глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной дея-</i></p>	<p>Общественные и государственные институты в современном мире Цифровые коммуникации Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях Введение в коммуникационные специальности Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации Методика и методология исследований в сфере коммуникаций Рекламный копирайтинг PR-технологии Креатив и</p>

		<p>ОПК-6.2. Использует современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания журналистского текста и (или) продукта</p>	<p><i>тельности</i></p> <p><i>Знает: современные стационарные и мобильные цифровые устройства.</i></p> <p><i>Умеет: использовать свои знания на всех этапах создания текстового материала и (или) продукта</i></p> <p><i>Владеет: навыками адаптации возможностей стационарных и мобильных цифровых устройств в профессиональной деятельности.</i></p>	<p>конструирование в рекламе</p> <p>Продвижение продуктов и идей в сети Интернет</p> <p>Разработка и технологии производства видеорекламы</p> <p>Создание и поддержка сайта</p> <p>Рекламное обеспечение проектной деятельности Интернет</p> <p>коммуникации в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Организация и менеджмент рекламной кампании</p> <p>Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ</p> <p>Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью (он-лайн курсы СПбГУ)</p> <p>Продвижение веб-сайтов (он-лайн курсы СПбГУ)</p> <p>Учебная практика: профессионально-ознакоми-</p>
--	--	--	--	---

				<p>тельная Производ- ственная практика: профессио- нально- творческая Производ- ственная практика: преддиплом- ная Технологии тиражирова- ния реклам- ных практик</p>
Эффекты	ОПК-7. Способен учиты- вать эффекты и по- следствия своей про- фессиональной дея- тельности, следуя принципам социальной ответственности.	ОПК-7.1. Разбирается в корпо- ративных принципах социаль- ной ответственности, типовых эффектах и последствиях про- фессиональной деятельности.	<p><i>Знает: зако- номерности формирова- ния эффектов и последствий профессио- нальной дея- тельности, концепции ее социальной ответствен- ности. Умеет: раз- личать прин- ципы соци- альной от- ветственно- сти. Владеет: технологиями формирова- ния эффектов и последствий профессио- нальной дея- тельности, концепции ее социальной ответствен- ности.</i></p>	<p>Производство и распростра- нение реклам- ного продукта Правовое ре- гулирование связей с об- щественно- стью и рекла- мы Технология социальной рекламы Реклама и анализ потре- бительского поведения Рекламный копирайтинг Управление коммуникаци- ями и связи с общественно- стью Дизайн ре- кламно- коммуника- ционного продукта Маркетинго- вые исследо- вания и ситу- ационный анализ Социальная реклама Социальные медиа Креатив и конструиро- вание в ре- кламе Имиджелогия Конфликтоло- гия в ме-</p>
		ОПК-7.2. Осуществляет поиск корректных творческих прие- мов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами про- фессиональной деятельности.	<p><i>Знает: прие- мы сбора, обработке и распростра- нении инфор- мации. Умеет: оце- нивать кор- ректность творческих приемов сбо- ра, обработки и распро- странения информации в</i></p>	

			<p><i>соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессиональной деятельности. Владеет: навыками использования корректных творческих приемов сбора, обработки и распространения информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессиональной деятельности.</i></p> <p>диасфере Разработка и технологии производства видеорекламы Документационное обеспечение рекламной деятельности Создание и поддержка сайта Рекламное обеспечение проектной деятельности Интернет коммуникации в рекламе и связях с общественностью Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью (он-лайн курсы СПбГУ) Продвижение веб-сайтов (он-лайн курсы СПбГУ) Учебная практика: профессионально-ознакомительная Производственная практика: профессионально-творческая Производственная практика: преддиплом-</p>
--	--	--	---

				ная Технологии тиражирова- ния реклам- ных практик
--	--	--	--	--

3.1.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции выпускника	Результаты обучения	Дисциплины учебного плана
Тип задачи профессиональной деятельности - организационный			
ПК-1. Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности	ПК - 1.1. Планирует эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности	<i>Знает: основы планирования эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности. Умеет: планировать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности. Владеет: навыками эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.</i>	Цифровые коммуникации Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы Менеджмент в рекламе и связях с общественностью Методика и методология исследований в сфере коммуникаций Реклама и связи в социальной сфере с общественностью в современной России Реклама и анализ потребительского поведения Рекламный копирайтинг Управление коммуникациями и связи с ответственностью Дизайн рекламно-коммуникационного продукта Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Интегрированные коммуникации

	<p>ПК - 1.2. Контролирует эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности</p>	<p><i>Знает: механизмы контроля эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.</i></p> <p><i>Умеет: контролировать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.</i></p> <p><i>Владеет: навыками контроля управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.</i></p>	<p>Социальные медиа Креатив и конструирование в рекламе Продвижение продуктов и идей в сети Интернет История рекламы Конфликтология в медиасфере Разработка и технологии производства видеорекламы Документационное обеспечение рекламной деятельности Рекламное обеспечение проектной деятельности Интернет коммуникации в рекламе и связях с общественностью Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью Организация и менеджмент рекламной кампании Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью (он-лайн курсы СПбГУ) Продвижение веб-сайтов (он-лайн курсы СПбГУ) Учебная практика: профессионально-ознакомительная Производственная практика: профессионально-творческая Производственная практика: преддипломная Основы взаимо-</p>
	<p>ПК - 1.3. Осуществляет оценку эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности</p>	<p><i>Знает: механизмы оценки эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.</i></p> <p><i>Умеет: оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитиче-</i></p>	<p>Основы взаимо-</p>

		ских справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности. Владеет: навыками оценки управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.	действия государственных и общественных институтов в сфере социального партнерства
ПК-2. Способен планировать, координировать и осуществлять оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента	ПК - 2.1. Планирует оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента	Знает: процедуру планирования оценки эффективности работы по созданию и редактированию контента. Умеет: планировать оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента. Владеет: навыками планирования оценки эффективности работы по созданию и редактированию контента.	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях Теория и практика рекламы Социальная психология рекламы Реклама и анализ потребительского поведения Рекламный копирайтинг PR-технологии Социальная реклама
	ПК - 2.2. Координирует оценивание эффективности работы по созданию и редактированию контента	Знает: координацию оценивания эффективности работы по созданию и редактированию контента. Умеет: координировать оценивание эффективности работы по созданию и редактированию контента. Владеет: методами координации оценивания эффективности работы по созданию и редактированию контента.	Продвижение продуктов и идей в сети Интернет Основы развития soft - компетенций Создание и поддержка сайта Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью (он-лайн курсы СПбГУ)
	ПК - 2.3. Осуществляет оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента	Знает: работу по созданию и редактированию контента. Умеет: оценивать эффективность работы по созданию и редактированию контента. Владеет: техникой оценивания эффектив-	Продвижение веб-сайтов (он-лайн курсы СПбГУ)

		<i>ности работы по созданию и редактированию контента.</i>	Производственная практика: профессионально-творческая Производственная практика: преддипломная
ПК-3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-3.1 Принимает участие в реализации коммуникационных кампаний	<i>Знает: механизмы реализации коммуникационных проектов и мероприятий. Умеет: использовать различные ресурсы для реализации коммуникационных проектов и мероприятий. Владеет: технологиями реализации коммуникационных проектов и мероприятий</i>	Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации Производство и распространение рекламного продукта Социальная психология Методика и методология исследований в сфере коммуникаций
	ПК-3.2 Участвует в реализации коммуникационных проектов и мероприятий	<i>Знает: механизмы реализации коммуникационных кампаний. Умеет: использовать различные ресурсы для реализации коммуникационных кампаний. Владеет: технологиями реализации коммуникационных кампаний</i>	Технология социальной рекламы Социальная психология рекламы Реклама и связи в социальной сфере с общественностью в современной России Культура делового общения Реклама и анализ потребительского поведения Современная пресс-служба Имиджелогия Основы развития soft - компетенций Риторика Конфликтология в медиасфере Разработка и Создание и поддержка сайта Интернет коммуникации в рекламе и связях с общественностью Основы межкультурной коммуникации Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ Презентация продукта в рекламе и

			<p>связях с общественностью</p> <p>Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью (он-лайн курсы СПбГУ)</p> <p>Продвижение веб-сайтов (он-лайн курсы СПбГУ)</p> <p>Учебная практика: профессионально-ознакомительная</p> <p>Производственная практика: профессионально-творческая</p> <p>Производственная практика: преддипломная</p> <p>Технологии тиражирования рекламных практик</p>
Тип задачи профессиональной деятельности – технологический			
Владеет навыками поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля	ПК - 4.1. Применяет поисковую оптимизацию текстовых материалов	<p><i>Знает: теоретические основы оптимизации текстовых материалов.</i></p> <p><i>Умеет: осуществлять поисковую оптимизацию текстовых материалов.</i></p> <p><i>Владеет: технологиями поисковой оптимизации текстовых материалов.</i></p>	<p>Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации</p> <p>Теория и практика рекламы</p> <p>Производство и распространение рекламного продукта</p> <p>Культура делового общения</p>
	ПК - 4.2. Применяет адаптации текстовых материалов	<p><i>Знает: основы применения адаптации текстовых материалов.</i></p> <p><i>Умеет: применять адаптацию текстовых материалов.</i></p> <p><i>Владеет: навыками адаптации текстовых материалов.</i></p>	<p>Рекламный копирайтинг</p> <p>Дизайн рекламного продукта</p> <p>Маркетинговые исследования и ситуационный анализ</p>
	ПК - 4.3. Учитывает специфику стиля текстовых материалов	<p><i>Знает: специфику стиля текстовых материалов.</i></p> <p><i>Умеет: учитывать специфику стиля текстовых материалов.</i></p> <p><i>Владеет: навыками учета специфики стиля текстовых материалов.</i></p>	<p>Социальная реклама</p> <p>Креатив и конструирование в рекламе</p> <p>Продвижение продуктов и идей в сети Интернет</p> <p>Современная пресс-служба</p> <p>Создание и поддержка сайта</p>

			<p>Рекламное обеспечение проектной деятельности</p> <p>Основы межкультурной коммуникации</p> <p>Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Учебная практика: профессионально-ознакомительная</p> <p>Производственная практика: профессионально-творческая</p> <p>Производственная практика: преддипломная</p>
ПК-5. Способен работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д.	ПК – 5.1. Организует работу с текстовыми редакторами	<p><i>Знает: работу с текстовыми редакторами.</i></p> <p><i>Умеет: работать с текстовыми редакторами.</i></p> <p><i>Владеет: технологиями работы с текстовыми редакторами.</i></p>	<p>Цифровые коммуникации</p> <p>Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях</p> <p>Производство и распространение рекламного продукта</p> <p>Методика и методология исследований в сфере коммуникаций</p> <p>Технология социальной рекламы</p> <p>Рекламный копирайтинг</p> <p>Социальная реклама</p> <p>Креатив и конструирование в рекламе</p> <p>Продвижение продуктов и идей в сети Интернет</p> <p>Современная пресс-служба</p> <p>Создание и поддержка сайта</p> <p>Рекламное обеспечение проектной деятельности</p> <p>Интернет коммуникации в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Коммуникационный менеджмент в рекламе и свя-</p>
	ПК – 5.2. Использует в работе графические редакторы	<p><i>Знает: содержание работы с графическими редакторами.</i></p> <p><i>Умеет: работать с графическими редакторами.</i></p> <p><i>Владеет: технологиями работы с графическими редакторами.</i></p>	
	ПК – 5.3. Применяет в работе агрегаторы новостей и электронные подписки	<p><i>Знает: агрегаторы новостей и электронные подписки.</i></p> <p><i>Умеет: работать с агрегаторами новостей и электронными подписками.</i></p> <p><i>Владеет: навыками работы с агрегаторами новостей и электронными подписками</i></p>	

			<p>зях с общественностью</p> <p>Организация и менеджмент рекламной кампании</p> <p>Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Продвижение веб-сайтов (он-лайн курсы СПбГУ)</p> <p>Учебная практика: профессионально-ознакомительная</p> <p>Производственная практика: профессионально-творческая</p> <p>Производственная практика: преддипломная</p> <p>Технологии тиражирования рекламных практик</p>
Тип задачи профессиональной деятельности – социально-просветительский			
ПК-6. Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента	ПК - 6.1. Владеет коммуникативными и маркетинговыми технологиями	<p><i>Знает: коммуникативные и маркетинговые технологии.</i></p> <p><i>Умеет: работать с коммуникативными и маркетинговыми технологиями.</i></p> <p><i>Владеет: навыками работы с коммуникативными и маркетинговыми технологиями.</i></p>	<p>Государственное регулирование в медиасфере</p> <p>Теория и практика рекламы</p> <p>Методика и методология исследований в сфере коммуникаций</p> <p>Технология социальной рекламы</p>
	ПК - 6.2. Владеет интегрированными маркетинговыми технологиями	<p><i>Знает: содержание и структуру интегрированных маркетинговых технологий.</i></p> <p><i>Умеет: работать с интегрированными маркетинговыми технологиями.</i></p> <p><i>Владеет: навыками работы с интегрированными маркетинговыми технологиями.</i></p>	<p>Реклама и анализ потребительского поведения</p> <p>Управление коммуникациями и связями с общественностью</p> <p>Маркетинговые исследования и ситуационный анализ</p>
	ПК - 6.3. Владеет технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента	<p><i>Знает: технологии бренд-менеджмента и event-менеджмента.</i></p> <p><i>Умеет: работать с технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента</i></p> <p><i>Владеет: навыками работы с технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента.</i></p>	<p>Интегрированные коммуникации</p> <p>PR-технологии</p> <p>Социальные медиа</p> <p>Креатив и конструирование в рекламе</p> <p>Продвижение продуктов и идей в сети Интернет</p> <p>Имиджелогия</p>

			<p>Основы развития soft - компетенций</p> <p>Разработка и технологии производства видеорекламы</p> <p>Создание и поддержка сайта</p> <p>Рекламное обеспечение проектной деятельности</p> <p>Интернет коммуникации в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Организация и менеджмент рекламной кампании</p> <p>Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ</p> <p>Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью (он-лайн курсы СПбГУ)</p> <p>Продвижение веб-сайтов (он-лайн курсы СПбГУ)</p> <p>Производственная практика: профессионально-творческая</p> <p>Производственная практика: преддипломная</p> <p>Технологии тиражирования рекламных практик</p>
<p>ПК-7. Владеет основными принципами и методами сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб - статистики.</p>	<p>ПК - 7.1. Применяет в профессиональной деятельности основные принципы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб - статистики</p>	<p><i>Знает: основных принципов сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики.</i></p> <p><i>Умеет: осуществлять сбор статистики по-</i></p>	<p>Математика и статистика</p> <p>Цифровые коммуникации</p> <p>Информационные технологии и базы данных в прикладных комму-</p>

		<p><i>посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики.</i> <i>Владеет: технологиями сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики.</i></p>	<p>никациях Методика и методология исследований в сфере коммуникаций Технология социальной рекламы Социальная психология рекламы Реклама и анализ потребительского поведения</p>
	<p>ПК - 7.2. Использует в профессиональной деятельности основные методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики.</p>	<p><i>Знает: основные методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики.</i> <i>Умеет: использовать основные методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики.</i> <i>Владеет: навыками использования основных методов сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики.</i></p>	<p>Дизайн рекламного продукта PR-технологии Социальные медиа Креатив и конструирование в рекламе Продвижение продуктов и идей в сети Интернет Основы развития soft - компетенций Создание и поддержка сайта Рекламное обеспечение проектной деятельности Интернет коммуникации в рекламе и связях с общественностью Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью Продвижение веб-сайтов (он-лайн курсы СПбГУ) Учебная практика: профессионально-ознакомительная Производственная практика: профессионально-творческая Производственная практика: преддипломная Технологии тиражирования рекламных практик</p>

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию об-

разовательного процесса при реализации АОПОП.

В соответствии с «Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» и ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью содержание и организация образовательного процесса при реализации данной программы бакалавриата регламентируется учебным планом, календарным учебным графиком, рабочими программами дисциплин (модулей), программами практик, иных компонентов, а также оценочными и методическими материалами.

4.1. Календарный учебный график.

Календарный учебный график приведен в Приложении 1.

В календарном учебном графике указаны периоды осуществления видов учебной деятельности (последовательность реализации дисциплин (модулей) программы бакалавриата по семестрам, включая теоретическое обучение, проведение практик, промежуточную и итоговую (государственную итоговую) аттестации и периоды каникул.

4.2. Учебный план подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Учебный план бакалавриата приведен в Приложении 2.

В учебном плане указывается перечень дисциплин (модулей), практик, периоды проведения промежуточной аттестации, итоговой (итоговой государственной) аттестации обучающихся, других видов учебной деятельности, с указанием их объема в зачетных единицах, последовательности и распределения по периодам обучения. В учебном плане выделяется объем контактной работы обучающихся с преподавателями (по видам учебных занятий) и самостоятельной работы обучающихся в академических часах. Для каждой дисциплины (модуля) и практики указывается форма промежуточной аттестации обучающихся.

В рамках программы бакалавриата выделяются обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений.

В обязательной части указывается, перечень базовых дисциплин (модулей), практик, итоговая (итоговая государственная) аттестация. Часть образовательной программы бакалавриата, формируемая участниками образовательных отношений, включает в себя перечень дисциплин (модулей) и практик, самостоятельно сформированный ДГУ в соответствии с направленностью (профилем) образовательной программы.

Дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных компетенций, могут включаться в обязательную часть программы и в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Объем обязательной части образовательной программы бакалавриата определяется с учетом требований ФГОС ВО.

Образовательная программа бакалавриата предусматривает возможность освоения обучающимися факультативных (необязательных для изучения) и

элективных (избираемых в обязательном порядке) дисциплин (модулей). Дисциплины по выбору (элективные) и факультативные дисциплины включены в учебный план. Избранные студентом элективные дисциплины (модули) являются обязательными для освоения. Студентам предоставляется возможность получить консультацию на кафедре по вопросу выбора дисциплин и их влияния на дальнейшую образовательную траекторию и профессиональную деятельность.

При составлении учебного плана ДГУ руководствуется требованиями к структуре программы бакалавриата, сформулированными в разделе II ФГОС ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Обучающиеся с ОВЗ и инвалиды могут обучаться по индивидуальному учебному плану в установленные сроки с учетом их особенностей и образовательных потребностей.

При реализации образовательной программы Университет обеспечивает для инвалидов и лиц с ОВЗ, исходя из индивидуальных потребностей, возможность освоения специализированных адаптационных дисциплин (модуль дисциплин по выбору, углубляющий освоение профиля):

- Социальная адаптация в вузе;
- Адаптация выпускников к рынку труда.

Адаптационные дисциплины направлены на социализацию, профессионализацию и адаптацию обучающихся с ОВЗ и инвалидов, способствуют возможности самостоятельного построения индивидуальной образовательной траектории. Адаптационные дисциплины в зависимости от конкретных обстоятельств (количества обучающихся с ОВЗ и обучающихся инвалидов, их распределение по видам и степени ограничений здоровья – нарушение зрения, слуха, опорно-двигательного аппарата, соматические заболевания) могут вводиться в учебные планы как для группы обучающихся, так и в индивидуальные планы.

Образовательная программа включают в себя учебные занятия по физической культуре и спорту. Порядок проведения и объем указанных занятий при освоении образовательной программы инвалидами и лицами с ОВЗ устанавливается в соответствии с их реабилитационными картами.

В Университете создаются группы здоровья с учетом индивидуальных особенностей здоровья обучающихся с ОВЗ. Занятия проводятся в соответствии с рабочей программой учебных дисциплин «Физическая культура и спорт (адаптивная)».

4.3. Рабочие программы дисциплин (модулей).

Аннотации рабочие программы всех дисциплины (модулей) учебного плана образовательной программы, включая элективные дисциплины, приведены в Приложении 3.

4.4. Рабочие программы практик.

Аннотации рабочих программы всех практик, предусмотренных образовательной программой - учебная практика: профессионально-ознакомительная, производственная практика: профессионально-творческая,

преддипломная практика приведены в Приложении 4.

ДГУ имеет заключенные договоры о прохождении практик со следующими предприятиями и организациями:

- Министерство по делам молодежи Республики Дагестан;
- Министерство труда и социального развития Республики Дагестан;
- Министерство образования и науки РД;
- Администрацией муниципального образования «Городской округ «г.Махачкала»;
- Управление социальной защиты населения в муниципальном образовании «г. Махачкала»;
- Газета «Дагестанская правда»;
- Газета «Истина»;
- Центр развития региональной журналистики «Каспий-медиа»;
- ГТРК «Дагестан».

При определении мест прохождения практики обучающимся с ОВЗ и инвалидами учитываются рекомендации содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации, относительно условий и видов труда. При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером ограничений здоровья, а также характером выполняемых трудовых функций. Выбор мест прохождения практики для инвалидов и лиц с ОВЗ учитывает требования их доступности. Формы проведения практики инвалидов и лиц с ОВЗ устанавливаются с учетом их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

4.5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) или практике входит в состав каждой рабочей программы дисциплины (модуля) или программы практики и включает в себя:

- перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения и результатов обучения в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

4.6. Фонд оценочных средств для проведения государственной итоговой аттестации.

Государственная итоговая аттестация по образовательной программе бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

включает подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы и проводится в соответствии с Положением об итоговой государственной аттестации выпускников ДГУ.

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы, к процедуре ее выполнения и защиты, методические рекомендации по организации выполнения, методические указания по написанию определяются программой итоговой государственной аттестации по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

При проведении государственной итоговой аттестации инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение государственной итоговой аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся при проведении государственной итоговой аттестации;

- присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с членами ГЭК;

- пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении государственной итоговой аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;

- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях.

Все локальные акты Университета по вопросам проведения государственной итоговой аттестации доводятся до сведения обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ в доступной для них форме.

- продолжительность выступления студента при защите выпускной квалификационной работы – не более чем на 15 минут.

4.7. Методические материалы.

Учебно-методическое обеспечение программы бакалавриата в полном объеме содержится в учебно-методической документации дисциплин, практик и итоговой (итоговой государственной) аттестации.

Содержание учебно-методической документации обеспечивает необходимый уровень и объем образования, включая и самостоятельную работу студентов, а также предусматривает контроль качества освоения студентами АОПОП в целом и отдельных ее компонентов.

Состав учебно-методической документации включает:

- рабочие программы дисциплин (модулей), практик, включающие в себя учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента, методические указания студентам по освоению дисциплины, методические рекомендации преподавателю по проведению занятий (по усмотрению кафедры), фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной

аттестации, перечень информационных технологий, используемых для осуществления образовательного процесса и пр.;

- рабочие программы практик, включающие в себя фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации, перечень информационных технологий, используемых для проведения практики;

- фонд основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), практики (перечень указывается в соответствующей рабочей программе);

- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимые для освоения дисциплины (модуля), практики (перечень указывается в соответствующей рабочей программе);

- программное обеспечение и информационные справочные системы (перечень указывается в соответствующей рабочей программе).

Электронные версии всех учебно-методических документов размещены на сайте ДГУ и к ним обеспечен свободный доступ всех студентов и преподавателей университета.

Обеспечение обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ учебно-методическими ресурсами осуществляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

В случае применения дистанционных образовательных технологий каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде с использованием специальных технических и программных средств, содержащей все электронные образовательные ресурсы, перечисленные в рабочих программах модулей (дисциплин), практик.

При использовании в образовательном процессе дистанционных образовательных технологий для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

5. Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации образовательной программы.

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

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

Доля педагогических работников университета, участвующих в реализации программы бакалавриата и лиц, привлекаемых ДГУ к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенных к целочисленным значениям), которые ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля), составляет не менее 70%.

Доля педагогических работников университета участвующих в реализации программы бакалавриата и лиц, привлекаемых ДГУ к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенных к целочисленным значениям), из числа руководителей и (или) работников иных организаций, осуществляющих трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет) в общей численности педагогических работников ДГУ, реализующих программу бакалавриата, составляет не менее 5 процентов.

Доля педагогических работников и лиц, привлекаемых ДГУ к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенных 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), в общей численности педагогических работников ДГУ, привлекаемых к образовательной деятельности, составляет не менее 60 процентов.

К реализации АОПОП ВО привлекаются тьюторы, психологи (педагоги-психологи, специальные психологи), социальные педагоги (социальные работники), специалисты по специальным техническим и программным средствам обучения, а также, при необходимости, сурдопедагоги, сурдопереводчики, тифлопедагоги.

Основная профессиональная образовательная программа бакалавриата разработана в 2021 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июля 2017 г. № 512.

Разработчики: кафедра социальных и информационных технологий социального факультета.

1. Айгубов С. З. – к.ф-м.н., декан социального факультета ДГУ;
2. Шахбанов А. М. – к.и.н, доцент;
3. Магдиева Н. Т. – к.м.н., зам. декана по науке социального факультета ДГУ.

Основная профессиональная образовательная программа одобрена:
на заседании Ученого Совета социального факультета, протокол № ____ от
« ____ » _____ 2021 года.

Декан СФ _____

С. З. Айгубов

Согласовано:

Проректор по учебной работе _____

М. М. Гасанов

Начальник УМУ _____

А. Г. Гасангаджиева




Представитель работодателя:

**Генеральный директор
ООО «ИНТЕХ-СОФТ»** _____

З.М. Кадимов

Адаптированная основная профессиональная образовательная программа бакалавриата разработана в 2021 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июля 2017 г. № 512.

Разработчики: кафедра социальных и информационных технологий социального факультета.

1. Айгубов С. З. – к.ф.-м.н., декан социального факультета ДГУ 
2. Шахбанов А. М. – к.и.н, доцент 
3. Магдиева Н. Т. – к.м.н., зам. декана по науке СФ ДГУ 

Основная профессиональная образовательная программа одобрена: на заседании Ученого Совета социального факультета, протокол №10 от 2 июля 2021 года.


Декан СФ



С. З. Айгубов

Согласовано:

Проректор по учебной работе



М. М. Гасанов

Начальник УМУ



А. Г. Гасангаджиева

Представитель работодателя:

Генеральный директор
ООО «ИНТЕХ-СОФТ»



З.М. Кадимов