

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 26.04.2024 11:30:14
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

УТВЕРЖДЕНО
Решением Ученого совета
от 29.06.2020 г. протокол № 10
Председатель Ученого совета, ректор
 В.В. Ефремова

«29» июня 2020 г.



**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Диджитал маркетинг

Год начала подготовки 2020

РАЗРАБОТАЛ:

Заведующий кафедрой МиМУ Белоножка М.Л. Белоножка
« 18 » 06 2020 г.

СОГЛАСОВАНО:

Заместитель директора

По связям с общественностью представительства

ООО «Лукойл-Западная Сибирь» в г. Тюмени Петрушина А.А. Петрушина
« 18 » 06 2020 г.



Директор ДУД Зак С.А. Зак
« 13 » 06 2020 г.

Начальник ОСОП Игнатенко В.А. Игнатенко
« 13 » 06 2020 г.

Директор ИСОУ Воронин А.В. Воронин
« 19 » 06 2020 г.

Председатель КСН Белоножка М.Л. Белоножка
« 18 » 06 2020 г.

ОПОП ВО рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета ИСОУ

Протокол № 9 от 19.06 2020 г.

Секретарь Фирцева С.В. Фирцева

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее – ОПОП ВО), реализуемая в ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет», разработана в соответствии со следующими нормативными документами:

- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки РФ от «8» июня 2017 г. № 512 (далее ФГОС ВО);

1.2 Программа реализуется в очной и заочной формах обучения.

1.3 Срок получения образования по программе составляет:

в очной форме обучения 4 года, в заочной форме 5 лет.

1.4 Объем программы составляет 240 зачетных единиц. 1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам.

1.5 Объем программы, реализуемый за один учебный год, составляет:

в очной форме обучения: 1 курс 60 з.е.; 2 курс 60 з.е.; 3 курс 60 з.е.; 4 курс 60 з.е.

в заочной: 1 курс 48 з.е.; 2 курс 48 з.е.; 3 курс 48 з.е.; 4 курс; 5 курс 48 з.е.

1.6 Программа реализуется на государственном языке Российской Федерации.

1.7 Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы – бакалавр по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ОПОП ВО

2.1 Области, сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу, 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)

сфера рекламы и связей с общественностью.

2.2 Типы задач профессиональной деятельности, к решению которых готовятся выпускники.

- проектный,
- маркетинговый,
- организационный,
- технологический.

2.3 Перечень основных объектов (или областей знания) профессиональной деятельности выпускников.

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

2.4 Перечень профессиональных стандартов (далее – ПС), соответствующих профессиональной деятельности выпускников.

- ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации, утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973);

- ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам, утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный № 34136);

– ПС 08.035 Маркетолог, утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 г. № 366н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 г., регистрационный № 51397).

2.5 Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников (Таблица 1).

Таблица 1

Область профессиональной деятельности	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности или области знаний
06. Связь, информационные и коммуникационные технологии	проектный	Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
	маркетинговый	Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
	организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
	технологический	Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения программы у выпускников сформированы следующие компетенции.

3.1 Универсальные компетенции выпускников (УК) и индикаторы их достижения (ИДК) (Таблица 2).

Таблица 2

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК	Дисциплины (модули), практики, формирующие результаты обучения, соотносимые с ИДК УК
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1. 3.1.1. Основы критического анализа	Философия, Логика, Профессионально-ознакомительная практика, Преддипломная практика
		УК-1.У.1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие. Осуществляет декомпозицию задачи. УК-1. У.1.2. Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки.	
		УК-1. В.1.1. Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности. УК-1. В.1.2. Определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи.	
Разработка и реализация проектов	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. 3.2.1. Основы управление проектами	Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью
		УК-2. У.2.1. Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач. УК-2. У.2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.	
		УК-2. В.2.1. Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время УК-2. В.2.2. Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта.	

Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3. 3.3.1. Знает принципы этики деловых отношений; положения современных и классических теорий управления организационным поведением сотрудников; основные стратегии командной работы для достижения поставленной цели	Социология и психология рекламы и связей с общественностью
		УК-3. У.3.1. Умеет учитывать эмоциональные и волевые, социальные особенности психологии личности, применять стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде проявлять расовую, национальную, религиозную терпимость.	
		УК-3. В.3.1. Владеет навыками оценки групповой динамики, выявления формальных и не формальных лидеров, оценки ролей членов группы, определения факторов оказывающих положительное и отрицательное влияние на работу команды	
Коммуникация	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке (ах)	УК-4. 3.4.1. Знает деловую коммуникацию в устной и письменной формах	Иностранный язык, Русский язык и деловая коммуникация, Деловой иностранный язык
		<p>УК-4. У.4.1. Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.</p> <p>УК-4. У.4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках.</p> <p>УК-4. У.4.3. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в</p>	

		<p>формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках. УК-4. У.4.4. Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры на государственном и иностранном (-ых) языках.</p>	
		<p>УК-4. В.4.1. Демонстрирует умение выполнять перевод академических текстов с иностранного (-ых) на государственный язык.</p>	
Межкультурное взаимодействие	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5. 3.5.1. Основы межкультурной коммуникации</p>	История (История России, всеобщая история), Философия, Логика
		<p>УК-5. У.5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.</p>	
		<p>УК-5. В.5.1. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения. УК-5.В.5.2. Умеет недискриминационно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.</p>	
Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение)	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и	УК-6. 3.6.1. Знает основы самоорганизации и саморазвития	Введение в профессиональную деятельность,

	<p>реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>УК-6. У.6.1. Умеет применять знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы.</p> <p>УК-6. У.6.2. Понимает важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.</p> <p>УК-6. У.6.3. Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.</p> <p>УК-6. В.6.1. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.</p> <p>УК-6. В.6.2. Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков.</p>	<p>Тренинг личностного роста</p>
	<p>УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>УК-7. 3.7.1. Нормы здорового образа жизни</p> <p>УК-7. У.7.1. Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни.</p> <p>УК-7. В.7.1. Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности.</p>	<p>Физическая культура и спорт, Общая физическая подготовка, Прикладная физическая культура Адаптивная физическая культура</p>

Безопасность жизнедеятельности	УК-8 Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	УК-8. 3.8.1. Основы безопасности жизнедеятельности	Безопасность жизнедеятельности
		УК-8. У.8.1. Обеспечивает безопасные и/или комфортные условия труда на рабочем месте. УК-8. У.8.2. Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте.	
		УК-8. В.8.1. Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте. УК-8. В.8.2. Принимает участие в спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятиях в случае возникновения чрезвычайных ситуаций.	

3.2 Общепрофессиональные компетенции выпускников (ОПК) и индикаторы их достижения (Таблица 3).

Таблица 3

Наименование категории (группы) ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК	Дисциплины (модули), практики, формирующие результаты обучения, соотносимые с ИДК ОПК
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1. 3.1.1. Продукт профессиональной деятельности	Русский язык и деловая коммуникация, Иностраный язык, Риторика и стилистика, Профессионально-ознакомительная практика, Профессионально-творческая практика 1
		ОПК-1. У.1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	
		ОПК-1. В.1.1. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	

Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p>ОПК-2. 3.2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>ОПК-2. У.2.1. Тенденции развития общественных и государственных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <p>ОПК-2. В.2.1. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>	Основы социального государства, Риторика и стилистика, Профессионально-ознакомительная практика, Профессионально-творческая практика 1
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p>ОПК-3. 3.3.1. Достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-3. У.3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>ОПК-3. В.3.1. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	Литература и искусство, Профессионально-творческая практика 1
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4. 3.4.1. Знает основные этапы культурно-исторического развития обществ, механизмов и форм социальных изменений; систему социальных институтов, обеспечивающих воспроизводство общественных отношений; основные проблемы стратификации российского общества, возникновения	Социология, Психология массового сознания, Профессионально-ознакомительная практика, Профессионально-творческая практика 1

		<p>классов, причины бедности и неравенства, взаимоотношений социальных групп, общностей, этносов</p> <p>ОПК-4. У.4.1. Умеет идентифицировать потребности и интересы социальных групп с помощью социологических методов; соотносить социологические методы исследования социальных проблем с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4. В.4.1. Умеет применять методы социологического исследования для поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий и решения социальных проблем</p>	
Медиакоммуникационная система	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>ОПК-5. 3.5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5. У.5.1. Умеет выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5. В.5.1. Владеет своими профессиональными действиями в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>Экономика, Теория и практика массовой информации, Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы, Профессионально-ознакомительная практика, Профессионально-творческая практика</p> <p>1</p>

Технологии	ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6. 3.6.1. Современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Цифровые коммуникации, Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях, Профессионально-ознакомительная практика, Профессионально-творческая практика 1
		ОПК-6. У.6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	
		ОПК-6. В.6.1. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7. 3.7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы
		ОПК-7. У.7.1. Умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	
		ОПК-7. В.7.1. Владеет методами отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	

3.3 Обязательные профессиональные компетенции выпускников (ПКО) и индикаторы их достижения (Таблица 4).

Таблица 4

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПКО	Код и наименование индикатора достижения ПКО	Дисциплины (модули), практики, формирующие результаты	Основание (ПС, другое)
--------------------------------------	---------------------------	------------------------	----------------------------------------------	-------------------------------------------------------	------------------------

				обучения, соотносимые с ИДК ПКО	

Не предусмотрено

3.4 Рекомендуемые профессиональные компетенции выпускников (ПКР) и индикаторы их достижения (Таблица 5). Таблица 5

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПКР	Код и наименование индикатора достижения ПКР	Дисциплины (модули), практики, формирующие результаты обучения, соотносимые с ИДК ПКР	Основание (ПС, другое)

Не предусмотрено

3.5 Самостоятельно определяемые профессиональные компетенции выпускников (ПКС) и индикаторы их достижения (Таблица 6).

Таблица 6

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПКС	Код и наименование индикатора достижения ПКС	Дисциплины (модули), практики, формирующие результаты обучения, соотносимые с ИДК ПКС	Основание (ПС, код трудовой функции, другое)
Участие в разработке и реализации индивидуально го и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам	ПКС-1. Способен применять в профессиональной деятельности основные нормативные документы, современные информационно-коммуникаци	ПКС-1. 3.1.1. Знает методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах ПКС-1. 3.1.2. Знает правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренней трудовой распорядок	Маркетинг-менеджмент Управление коммуникационным и проектами Кросскультурный менеджмент Брендинг Профессионально-творческая практика Преддипломная практика	ПС 06.009 - ТФ В/03.6

	<p>средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам обществу..</p>	<p>онные технологии</p>	<p>ПКС-1. У.1.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии</p>		
			<p>ПКС-1. В.1.1. Владеет поиском и отбором организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах</p> <p>ПКС-1. В.1.2. Владеет методами организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>		
<p>Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p>	<p>текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и</p>	<p>ПКС-2. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПКС-2. 3.2.1. Знает маркетинговые технологии</p> <p>ПКС-2. 3.2.2. Знает структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений</p> <p>ПКС-2. 3.2.3. Знать процесс работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами</p>	<p>Теория и практика медиакommunikаций</p> <p>Медиапланирование</p> <p>SMM и SMCS</p> <p>Нейроэкономика</p> <p>Копирайтинг и нейминг</p> <p>Web-дизайн</p> <p>Профессионально-творческая практика</p> <p>Преддипломная практика</p> <p>Практикум по психодиагностике</p>	<p>ПС 06.009 - ТФ В/01.6</p> <p>ПС 06.013 - ТФ С/02.6</p>

	<p>другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.</p>		<p>ПКС-2. У.2.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты</p> <p>ПКС-2. У.2.2. Умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)</p> <p>ПКС-2. У.2.3. Умеет использовать программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет</p>		
			<p>ПКС-2. В.2.1. Владеет поиском статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ</p> <p>ПКС-2. В.2.2. Владеет принципами определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ</p> <p>ПКС-2. В.2.3. Владеет навыками мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках</p> <p>ПКС-2. В.2.4. Владеет механизмами общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации</p>		
		<p>ПКС-3. Способен осуществлять сбор,</p>	<p>ПКС-3. 3.3.1. Знает нормативные правовые акты, регулирующие</p>	<p>Маркетинг-менеджмент Рекламный менеджмент</p>	<p>ПС 08.035 - ТФ А/02.6</p>

		<p>обработку и анализ маркетинговой информации для обеспечения управленческих решений в области маркетинга</p>	<p>маркетинговую деятельность</p> <p>ПКС-3. У.3.1. Умеет систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации</p> <p>ПКС-3. З.У.2. Умеет проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>ПКС-3. В.3.1. Владеет навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации</p> <p>ПКС-3. В.3.2. Владеет навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</p>	<p>Маркетинговые исследования и информационно-аналитическая работа в рекламе и связях с общественностью</p> <p>V2B маркетинг</p> <p>Профессионально-творческая практика</p> <p>Преддипломная практика</p>	
<p>Организация процесса создания коммуникационного продукта</p>	<p>текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным</p>	<p>ПКС-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ПКС-4. 3.4.1. Знает гражданское законодательство Российской Федерации</p> <p>ПКС-4. 3.4.2. Знает основные принципы организации рекламной кампании</p> <p>ПКС-4. 3.4.3. Знает основы проектной деятельности</p> <p>ПКС-4. 3.4.4. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность</p>	<p>Основы теории коммуникации</p> <p>Разработка и технологии производства рекламного продукта</p> <p>Медиапланирование</p> <p>Конфликтология в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Политическая и социальная реклама в медиaprостранстве</p> <p>Коммуникации в информационном пространстве</p> <p>ВТЛ-технологии</p> <p>Преддипломная практика</p>	<p>ПС 06.009 - ТФ В/03.6</p>

	целевым группам/группам общественности.		<p>ПКС-4. У.4.1. умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями</p> <p>ПКС-4. В.4.1. владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ</p> <p>ПКС-4. В.4.2. Владеет организацией проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>		
Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПКС-5. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	<p>ПКС-5. 3.5.1. Знает процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж</p> <p>ПКС-5. 3.5.2. Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента</p> <p>ПКС-5. 3.5.3. Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов</p> <p>ПКС-5. 3.5.4. Знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков</p>	Теория и практика связей с общественностью, Теория и практика рекламы, Интернет маркетинг SMM и SMCS, Интернет продвижение, Digital-стартап, Web-дизайн, Социальные сети как средство коммуникации Преддипломная практика	<p>ПС 06.009 - ТФ В/02.6</p> <p>ПС 06.013 - ТФ С/04.6</p>

			<p>ПКС-5. У.5.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты</p> <p>ПКС-5. У.5.2. Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга</p> <p>ПКС-5. У.5.3. Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p> <p>ПКС-5. У.5.4. Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение</p> <p>ПКС-5. У.5.5. Умеет эффективно работать с системой управления контентом (CMS)</p>		
			<p>ПКС-5. В.5.1. Владеет навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p> <p>ПКС-5. В.5.2. Владеет навыками выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p> <p>ПКС-5. В.5.3. Владеет навыками разработки плана мероприятий по</p>		

			<p>продвижению продукции СМИ ПКС-5. В.5.4. Владеет навыками согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом ПКС-5. В.5.5. Владеет навыками формирования проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ ПКС-5. В.5.6. Владеет навыками представления проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации ПКС-5. В.5.7. Владеет оценкой возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру ПКС-5. В.5.8. Владеет перемещением информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов ПКС-5. В.5.9. Владеет проверкой правильности отображения внесенных изменений</p>		
		<p>ПКС-6. Способен проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса</p>	<p>ПКС-6. 3.6.1. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации ПКС-6. 3.6.2. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные</p>	<p>Основы маркетинга и рекламы, Интернет маркетинг Медиарилейшнз, Маркетинговые исследования и информационно-аналитическая работа в рекламе и связях с общественностью</p>	<p>ПС 06.009 - ТФ В/01.6 ПС 08.035 - ТФ А/02.6</p>

		маркетинга	<p>локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность ПКС-6. 3.6.3. Знает методы проведения маркетингового исследования</p>	Преддипломная практика	
			<p>ПКС-6. У.6.1. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа ПКС-6. У.6.2. Умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования ПКС-6. У.6.3. Умеет создавать отчеты по результатам маркетингового исследования ПКС-6. У.6.4. Умеет давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга</p>		
			<p>ПКС-6. В.6.1. Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ ПКС-6. В.6.2. Владеет подготовкой отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований</p>		

Трудовые функции профессиональных стандартов, на основе которых установлены ПКС:

- ПС 06.009 - ТФ В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ
- ТФ В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ
- ТФ В/03.6 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ
- ПС 06.013 - ТФ С/02.6 Управление информацией из различных источников

- ТФ С/04.6 Локальные изменения структуры сайта
- ПС 08.035 - ТФ А/02.06 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП ВО

4.1 Материально-техническое обеспечение реализации ОПОП ВО соответствует ФГОС ВО и указывается в Карте обеспеченности материально-технических условий реализации ОПОП ВО, которая подлежит обновлению при необходимости.

4.2 Кадровое обеспечение реализации ОПОП ВО соответствует ФГОС ВО и указывается в Карте обеспеченности кадровых условий реализации ОПОП ВО, которая подлежит ежегодной актуализации для каждого года набора на программу.

4.3 Учебно-методическое обеспечение реализации ОПОП ВО соответствует ФГОС ВО и указывается в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, программе ГИА.

4.4 Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВО. Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе определяется в рамках системы внутренней оценки.