

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 26.04.2024 11:49:55
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c3d8038549a2538d7400d1

	МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тюменский индустриальный университет»
---	--



УТВЕРЖДЕНА
Решением Ученого совета
(протокол от 30.08.2021 № 13)
Председатель Ученого совета, ректор
В.В. Ефремова
08 2021 г.

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Диджитал маркетинг
Год начала подготовки 2021

РАЗРАБОТАЛ:

Заведующий кафедрой МиМУ Белоножка М.Л. Белоножка
«27» августа 2021 г.

СОГЛАСОВАНО:

Директор

ООО «Агентство Бизнес-Коммуникаций» Клепикова А.С. Клепикова
«27» августа 2021 г.



Директор ДУД Закс С.А. Закс

«30» 08 2021 г.

Начальник ОСОП Игнатенко В.А. Игнатенко

«30» 08 2021 г.

Директор ИСОУ Воронин А.В. Воронин

«30» 08 2021 г.

Председатель КСН Белоножка М.Л. Белоножка

«30» 08 2021 г.

ОПОП ВО рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета ИСОУ

Протокол № 11 от 30 августа 2021 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.

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, Системы искусственного интеллекта 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>

<p>Безопасность жизнедеятельности</p>	<p>УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p>	<p>УК-8. 3.8.1. Основы безопасности жизнедеятельности</p> <p>УК-8. У.8.1. Обеспечивает безопасные и/или комфортные условия труда на рабочем месте.</p> <p>УК-8. У.8.2. Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте.</p> <p>УК-8. В.8.1. Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте.</p> <p>УК-8. В.8.2. Принимает участие в спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятиях в случае возникновения чрезвычайных ситуаций.</p>	<p>Безопасность жизнедеятельности</p>
<p>Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность</p>	<p>УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>Знать: УК-9.3.9.1. принципы рыночного обмена и закономерности функционирования рыночной экономики, ее основные понятия, основные принципы экономического анализа для принятия решений (учет альтернативных издержек, изменение ценности во времени, сравнение предельных величин)</p> <p>Уметь: УК-9.У.9.1. критически оценивать информацию о перспективах экономического роста и технологического развития экономики страны, последствий экономической политики для принятия обоснованных экономических решений</p>	<p>Экономика</p>

		Владеть: УК-9.В.9.1. навыками критической оценки информации об инструментах регулятивной политики государства	
Гражданская позиция	УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	Знать УК-10. 3.10.1. права и обязанности человека и гражданина, основы законодательства РФ и правового поведения	Основы социального государства
		Уметь УК-10. У.10.1. анализировать и конструктивно разрешать проблемные ситуации, связанные с нарушением прав человека и гражданина, применением манипулятивных технологий формирования противоправных действий	
		Владеть УК-10. В.10.1 навыками работы с законодательными и другими нормативными правовыми актами	

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-
		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	творческая практика 1
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	ОПК-2. 3.2.1. Систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Основы социального государства, Риторика и стилистика, Профессионально-ознакомительная практика, Профессионально-творческая практика 1
		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	
		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.	
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3. 3.3.1. Достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Литература и искусство, Профессионально-творческая практика 1
		ОПК-3. У.3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	
		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.	
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности	ОПК-4. 3.4.1. Основные этапы культурно-	Социология, Психология

	<p>общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>исторического развития обществ, механизмов и форм социальных изменений; систему социальных институтов, обеспечивающих воспроизводство общественных отношений; основные проблемы стратификации российского общества, возникновения классов, причины бедности и неравенства, взаимоотношений социальных групп, общностей, этносов</p> <p>ОПК-4. У.4.1. Идентифицирует 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. Применяет методы социологического исследования для поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий и решения социальных проблем</p>	<p>массового сознания, Профессионально-ознакомительная практика, Профессионально-творческая практика 1</p>
<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. 3.5.1. 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. Выявляет 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. Осуществляет владение своими профессиональными действиями в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики</p>	<p>Экономика, Теория и практика массовой информации, Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы, Профессионально-ознакомительная практика, Профессионально-творческая практика 1</p>

		коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	
Технологии	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	<p>ОПК-6. 3.6.1. Современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ОПК-6. У.6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>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</p>	Системы искусственного интеллекта Цифровые коммуникации, Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях, Профессионально-ознакомительная практика, Профессионально-творческая практика 1
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>ОПК-7. 3.7.1. Цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-7. У.7.1. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p>ОПК-7. В.7.1. Осуществляет владение методами отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>	Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы

3.3 Самостоятельно определяемые профессиональные компетенции выпускников (ПКС) и индикаторы их достижения (Таблица 4).

Таблица 4

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 средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности..	ПКС-1. Способен применять в профессиональной деятельности основные нормативные документы, современные информационно-коммуникационные технологии	ПКС-1.1. Методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах ПКС-1. 3.1.2. 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
			ПКС-1. У.1.1. Использует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии		
			ПКС-1. В.1.1. Осуществляет поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах ПКС-1. В.1.2. Владеет методами организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия		

<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 другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общности.</p>	<p>ПКС-2. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПКС-2. 3.2.1. Маркетинговые технологии ПКС-2. 3.2.2. Структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений ПКС-2. 3.2.3. Процесс работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами</p> <hr/> <p>ПКС-2. У.2.1. Использует современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты ПКС-2. У.2.2. Ведет деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) ПКС-2. У.2.3. Использует программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет</p> <hr/> <p>ПКС-2. В.2.1. Ведет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ ПКС-2. В.2.2. Осуществляет владение принципами определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ ПКС-2. В.2.3. Владеет навыками мониторинга</p>	<p>Теория и практика медиакommunikации Медиапланирование SMM и SMCS Нейроэкономика Копирайтинг и нейминг Web-дизайн Профессионально-творческая практика Преддипломная практика Практикум по психодиагностике</p>	<p>ПС 06.009 - ТФ В/01.6 ПС 06.013 - ТФ С/02.6</p>
---	--	---	--	--	---

			<p>появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках ПКС-2. В.2.4. Осуществляет владение механизмами общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации</p>		
		<p>ПКС-3. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ маркетинговой информации для обеспечения управленческих решений в области маркетинга</p>	<p>ПКС-3. 3.3.1. Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность</p> <p>ПКС-3. У.3.1. Систематизирует и обобщает большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации ПКС-3. 3.У.2. Проводит маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>ПКС-3. В.3.1. Планирует и организывает сбор первичной и вторичной маркетинговой информации ПКС-3. В.3.2. Формирует предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</p>	<p>Маркетинг-менеджмент Рекламный менеджмент Маркетинговые исследования и информационно-аналитическая работа в рекламе и связях с общественностью B2B маркетинг Профессионально-творческая практика Преддипломная практика</p>	<p>ПС 08.035 - ТФ А/02.6</p>
<p>Организация процесса создания коммуникационного продукта</p>	<p>текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по</p>	<p>ПКС-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ПКС-4. 3.4.1. Гражданское законодательство Российской Федерации ПКС-4. 3.4.2. Основные принципы организации рекламной кампании</p>	<p>Основы теории коммуникации Разработка и технологии производства рекламного продукта Медиапланирование Конфликтология в рекламе и связях с общественностью Политическая и</p>	<p>ПС 06.009 - ТФ В/03.6</p>

	различным каналам средствами массовой информации(далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.		<p>ПКС-4. 3.4.3. Основы проектной деятельности</p> <p>ПКС-4. 3.4.4. Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность</p> <p>ПКС-4. У.4.1. Выступает на публичных мероприятиях с докладами и презентациями</p> <p>ПКС-4. В.4.1. Подготавливает предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ</p> <p>ПКС-4. В.4.2. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	социальная реклама в медиaprостранстве Коммуникации в информационном пространстве VTL-технологии Преддипломная практика	
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	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. Процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж</p> <p>ПКС-5. 3.5.2. Маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента</p> <p>ПКС-5. 3.5.3. Технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности</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	ПС 06.009 - ТФ В/02.6 ПС 06.013 - ТФ С/04.6

	целевым группам/группам общественности.		ости продуктов и конкурентов ПКС-5. 3.5.4. Принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков		
			ПКС-5. У.5.1. Использует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты		
			ПКС-5. У.5.2. Разрабатывает концептуальные и стратегические документы в области маркетинга		
			ПКС-5. У.5.3. Интегрирует различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций		
			ПКС-5. У.5.4. Осуществляет планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение		
			ПКС-5. У.5.5. Работает с системой управления контентом (CMS)		
			ПКС-5. В.5.1. Разрабатывает концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий		
			ПКС-5. В.5.2. Осуществляет выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя		

			<p>необходимой информации ПКС-5. В.5.3. Разрабатывает план мероприятий по продвижению продукции СМИ ПКС-5. В.5.4. Осуществляет согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом ПКС-5. В.5.5. Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ ПКС-5. В.5.6. Осуществляет представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации ПКС-5. В.5.7. Осуществляет оценку возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру ПКС-5. В.5.8. Осуществляет перемещение информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов ПКС-5. В.5.9. Осуществляет проверку правильности отображения внесенных изменений</p>		
		ПКС-6. Способен проводить маркетинговое	ПКС-6. 3.6.1. Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного	Основы маркетинга и рекламы, Интернет маркетинг Медиарилейшнз, Маркетинговые	ПС 06.009 - ТФ В/01.6 ПС 08.035 - ТФ А/02.6

		исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>представления информации ПКС-6. 3.6.2. Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность ПКС-6. 3.6.3. Методы проведения маркетингового исследования</p> <p>ПКС-6. У.6.1. Находит и анализирует необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа ПКС-6. У.6.2. Составляет аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования ПКС-6. У.6.3. Создает отчеты по результатам маркетингового исследования ПКС-6. У.6.4. Дает рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга</p> <p>ПКС-6. В.6.1. Осуществляет анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ ПКС-6. В.6.2. Осуществляет подготовку отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований</p>	исследования и информационно-аналитическая работа в рекламе и связях с общественностью Преддипломная практика	
--	--	---	---	--	--

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.

4.5 Рабочая программа воспитания, календарный план воспитательной работы включены в ОПОП ВО в соответствии с Федеральным Законом.