

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 24.04.2024 16:29:47
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

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

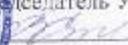


УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета

от 24.06.2019 протокол № 11

Председатель Ученого совета, и. о. ректора

 В.В. Ефремова

24.06.2019 г.

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Рекламный медиа-бизнес
Год начала подготовки 2019

РАЗРАБОТАЛ:

Заведующий кафедрой/
Руководитель образовательной программы Финансы М.Л. Белоножко
« 7 » 06 2019 г.

СОГЛАСОВАНО:

Заместитель директора
по связям с общественностью представительства
ООО «Лукойл-Западная Сибирь» в г. Томени

« 10 » 06 2019 г.



А.А. Петрушина А.А. Петрушина

Директор ДОД Т.С. Жилина Т.С. Жилина
« 11 » 06 2019 г.

Начальник УМУ Е.А. Грязнов Е.А. Грязнов
« 11 » 06 2019 г.

Директор ИСОУ Ю.В. Зазудя Ю.В. Зазудя
« 11 » 06 2019 г.

Председатель КСН М.Л. Белоножко М.Л. Белоножко
« 11 » 06 2019 г.

ОПОП ВО рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета ИСОУ

Протокол № 10 от 11.06.2019 г.

Секретарь С.В. 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 – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки РФ от «8» июня 2017 г. № 528 (далее ФГОС ВО);

1.2 Программа реализуется в очной форме обучения.

1.3 Срок получения образования по программе составляет:

- в очной форме обучения 2 года.

1.4 Объем программы составляет 120 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.

1.6 Программа реализуется на государственном языке Российской Федерации (для набора 2019 года), на английском языке для последующих годов набора по данной программе обучения.

1.7 Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы – магистр.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ОПОП ВО

2.1 Области, сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу, могут осуществлять профессиональную деятельность:

01 Образование и наука

06. Связь, информационные и коммуникационные технологии;
сфера рекламы и связей с общественностью.

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

- авторский,
- организационно-управленческий,
- проектно-аналитический,
- производственно-технологический,
- научно-исследовательский,
- педагогический.

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 01.004 Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования, утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2015 г. № 608н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 24 сентября 2015 г., регистрационный № 38993);
- 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
01 Образование и наука	научно-исследовательский	Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик	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
	педагогический	Участие в преподавании и разработке учебно-методических материалов дисциплин, соответствующих данному направлению подготовки на разных уровнях образования	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
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	производственно - технологический	Системное выстраивание производственного процесса выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных 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
	организационно - управленческий	Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии 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
	проектно - аналитический	Создание концепции, планирование 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
	авторский	Осуществление авторской деятельности любого уровня сложности 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
08. Финансы и экономика 08.035 Маркетинг	организационно - управленческий	Разработка стратегий развития организаций и их отдельных подразделений	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.

3.4 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 критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1. 3.1.1. Знает методы описания сути проблемной ситуации	Теория массовых коммуникаций, Организация командной работы и лидерство Научно-исследовательская практика, Научно-исследовательская работа
		УК-1.У.1.1. Выявление составляющих проблемной ситуации и связей между ними	
		УК-1. В.1.1. Выбор методов критического анализа, адекватных проблемной ситуации УК-1. В.1.2. Разработка и обоснование плана действий по решению проблемной ситуации	
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2. 3.2.1. Управление проектами	Управление коммуникационными проектами
		УК-2. У.2.1. Формулирование цели, задач, значимости, ожидаемых результатов проекта задач. УК-2. У.2.2. Определение потребности в ресурсах для реализации проекта	
		УК-2. В.2.1. Разработка плана реализации проекта УК-2. В.2.2. Контроль реализации проекта УК-2. В.2.3. Оценка эффективности реализации проекта и разработка плана действий по его корректировке	
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения	УК-3. 3.3.1. Знает методы управления командной работой	Организация командной работы и лидерство
		УК-3. У.3.1. Выбор правил командной работы как основы	

	поставленной цели	межличностного взаимодействия	
		УК-3. В.3.1. Выбор стратегии формирования команды и контроль её реализации	
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4. 3.4.1. Информационно-коммуникационные технологии для поиска, обработки и представления информации	Деловой иностранный язык
		УК-4. У. 4.1. Поиск источников информации на русском и иностранном языках УК-4. У.4.2. Использование информационно-коммуникационных технологий для поиска, обработки и представления информации УК-4. У.4.3. Составление и корректный перевод академических и профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный УК-4. У.4.4. Выбор психологических способов оказания влияния и противодействия влиянию в процессе академического и профессионального взаимодействия	
		УК-4. В.4.1. Представление результатов академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях УК-4. В.4.2. Ведение академической и	

		<p>профессиональной дискуссии на государственном языке РФ и/или иностранном языке</p> <p>УК-4. В.4.3. Выбор стиля делового общения применительно к ситуации взаимодействия, ведение деловой переписки.</p>	
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	<p>УК-5. 3.5.1. Основы межкультурной коммуникации</p> <p>УК-5. У.5.1. Определение целей и задач межкультурного профессионального взаимодействия в условиях различных этнических, религиозных ценностных систем, выявление возможных проблемных ситуаций</p> <p>УК-5. В.5.1. Выбор способов интеграции работников, принадлежащих к разным культурам, в производственную команду УК-5.В.5.2. Выбор способа преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных барьеров для межкультурного взаимодействия при решении профессиональных задач</p> <p>УК-5. В.5.3. Выбор способа поведения в поликультурном коллективе при</p>	Межкультурные коммуникации и международные связи с общественностью

		конфликтной ситуации УК-5. В.5.4. Выбор способа поведения в поликультурном коллективе с учетом требований законодательства в сфере противодействия терроризму	
Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6. 3.6.1. Знает основы самоорганизации и саморазвития	Организация командной работы и лидерство
		УК-6. У.6.1. Определение приоритетов собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста	
		УК-6. В.6.1. Оценка собственного ресурсного состояния, выбор средств коррекции ресурсного состояния	

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 планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или)	ОПК-1. 3.1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Деловой иностранный язык, Управление коммуникационными агентствами

	<p>медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>ОПК-1. У.1.1. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p> <p>ОПК-1. В.1.1. Владеет процессом производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	
Общество и государство	<p>ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ОПК-2. 3.2.1. Тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <p>ОПК-2. У.2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов</p> <p>ОПК-2. В.2.1. Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	История публичных коммуникаций

Культура	ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3. 3.3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса	Межкультурные коммуникации и международные связи с общественностью
		ОПК-3. У.3.1. Анализирует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	
		ОПК-3. В.3.1. Использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	
Аудитория	ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4. 3.4.1. Маркетинговые технологии изучения аудитории	Теория массовых коммуникаций, Психология и педагогика высшей школы, Научно-исследовательская практика, Научно-исследовательская работа
		ОПК-4. У.4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	
		ОПК-4. В.4.1. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов	

<p>Медиакоммуникационная система</p>	<p>ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные 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. Знает современную медиакоммуникационную систему</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. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>Организация командной работы и лидерство, Современная медиаиндустрия, Научно-исследовательская работа</p>
<p>Технологии</p>	<p>ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и</p>	<p>ОПК-6. 3.6.1. Современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью, Медиа технологии в современных</p>

	информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6. У.6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	коммуникациях
		ОПК-6. В.6.1. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	
Эффекты	ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7. 3.7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	Современная медиаиндустрия, Управление коммуникационным агентством, Разработка и реализация коммуникационных стратегий, Управление интегрированными коммуникациями, Научно-исследовательская работа
		ОПК-7. У.7.1. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.	
		ОПК-7. В.7.1. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	

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

3.4 Таблица 4

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

<p>Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью</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-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПКС-1. 3.1.1. Знает гражданское законодательство Российской Федерации ПКС-1. 3.1.2. Знает принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ ПКС-1. 3.1.3. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность ПКС-1. У.1.1. Умеет формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ ПКС-1. У.1.2. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа ПКС-1. У.1.3. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПКС-1. У.1.4. Умеет составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров ПКС-1. В.1.1. Владеет организацией сбора информации об узнаваемости</p>	<p>Современный медиарынок, Бренд-менеджмент, Реклама и связи с общественностью в различных отраслях, Профессионально-творческая практика Преддипломная практика</p>	<p>ПС 06.009 - ТФ В/04.6</p>
--	--	--	---	--	------------------------------

			<p>продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнений потребителей о характеристиках продвигаемой продукции</p> <p>ПКС-1. В.1.2. Владеет разработкой предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ</p>		
<p>Создание концепции, планирование реализации индивидуально го и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</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 общест венности.</p>	<p>ПКС-2. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы</p>	<p>ПКС-2. 3.2.1. Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента</p> <p>ПКС-2. 3.2.2. Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов</p> <p>ПКС-2. У.2.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты</p> <p>ПКС-2. У.2.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p> <p>ПКС-2. У.2.3. Умеет планировать мероприятия по продвижению продукции, планировать расходы на их проведение</p>	<p>Современный медиарынок, Бренд-менеджмент, Креативные технологии в информационном пространстве, Бизнес-планирование, Профессионально-творческая практика</p> <p>Преддипломная практика</p>	<p>ПС 06.009 - ТФ В/02.6</p>

			<p>ПКС-2. В.2.1. Владеет разработкой концепции продвижения продукции СМИ, формированием коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p> <p>ПКС-2. В.2.2. Владеет методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p> <p>ПКС-2. В.2.3. Владеет навыками планирования продвижения продукции при помощи СМИ</p>		
<p>Осуществление авторской деятельности любого уровня сложности в сфере рекламы и связей с общественностью</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 общественности..</p>	<p>ПКС-3. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ПКС-3. 3.3.1. Знает большой словарный запас. Высокий уровень знания русского языка (орфография, пунктуация, стилистика)</p> <p>ПКС-3. 3.3.2. знает принципы копирайтинга и рерайта</p> <p>ПКС-3. 3.3.3. знает законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет</p> <p>ПКС-3. 3.3.4. Знает основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз, ссылок)</p>	<p>Разработка и продвижение контента, Креативные технологии в информационном пространстве, Цифровой дизайн и визуальная культура, Этические проблемы современных медиакоммуникаций, Профессионально-творческая практика Преддипломная практика Защита интеллектуальной собственности</p>	<p>ПС 06.013 - ТФ В/03.5 ПС 06.013 - ТФ В/02.5</p>

			<p>ПКС-3. У.3.1. умеет работать с большими объемами информации</p> <p>ПКС-3. У.3.2. Умеет писать тексты литературным, техническим и рекламным языком</p> <p>ПКС-3. У.3.3. Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты</p> <p>ПКС-3. У.3.4. Умеет использовать текстовой редактор</p>		
			<p>ПКС-3. В.3.1. владеет навыками просмотра веб-страниц сайта, контроль сайта, контроль качества текстов и их отображения, определение необходимости редакторской и корректорской обработки</p> <p>ПКС-3. В.3.2. Умеет формировать задания для исправления веб-писателям, публикаторам, веб-дизайнерам и веб-мастерам</p> <p>ПКС-3. В.3.3. Адаптирует текстовые материалы для внутренней поисковой оптимизации</p> <p>ПКС-3. В.3.4. Владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт)</p> <p>ПКС-3. В.3.5. Владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)</p> <p>ПКС-3. В.3.6. владеет поисковой оптимизацией и адаптацией текстовых</p>		

			материалов		
Системное выстраивание производственного процесса выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных технологий	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПКС-4. Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПКС-4. 3.4.1. Методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах ПКС-4. 3.4.2. Знает основы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами ПКС-4. У.4.1. умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями ПКС-4. У.4.2. умеет работать с большими объемами информации ПКС-4. В.4.1. владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ ПКС-4. В.4.2. владеет основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках	Разработка и продвижение контента, Цифровой дизайн и визуальная культура, Профессионально-творческая практика Преддипломная практика	ПС 06.009 - ТФ В/03.6 ПС 06.013 - ТФ С/02.6
Участие в преподавании и разработке учебно-методических материалов дисциплин, соответствующих данному направлению подготовки на разных уровнях	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами	ПКС-5. Способен принимать участие в преподавании и разработке учебно-методических материалов дисциплин, соответствующих данному направлению	ПКС-5. 3.5.1. Знает возрастные особенности обучающихся; педагогические, психологические и методические основы развития мотивации, организации и контроля учебной деятельности на занятиях различного вида	Методология и методы исследований прикладных коммуникаций, Педагогическая практика Преддипломная практика	ПС 01.004 - ТФ I/01.7

образования	массовой информации(далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общестственности.	подготовки на разных уровнях образования	<p>ПКС-5. У.5.1. Умеет устанавливать педагогически целесообразные взаимоотношения с обучающимися</p> <p>ПКС-5. В.5.1. Контроль и оценка освоения обучающимися учебных курсов, дисциплин (модулей) программ бакалавриата, специалитета, магистратуры и (или) ДПП, в том числе в процессе промежуточной аттестации (самостоятельно и (или) в составе комиссии)</p>		
Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик	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 общестственности..	ПКС-6. Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>ПКС-6. 3.6.1. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации</p> <p>ПКС-6. 3.6.2. Методология научного исследования, особенности научного исследования в соответствующей отрасли знаний и (или) методология проектной деятельности, особенности проектной деятельности в соответствующей области</p> <p>ПКС-6. У.6.1. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа</p> <p>ПКС-6. У.6.2. Обеспечивать методическое и консалтинговое сопровождение</p>	Методология и методы исследований прикладных коммуникаций, Дискурс-анализ текстов в коммуникациях, Профессионально-творческая практика, Преддипломная практика	ПС 06.009 - ТФ В/01.6 ПС 01.004 - ТФ I/03.7

			<p>выбора обучающимися темы проектных, исследовательских, выпускных квалификационных работ</p> <p>ПКС-6. В.6.1. Владеет навыком осуществления поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ</p> <p>В.6.2. Научно-методическое и консультационное сопровождение процесса и результатов исследовательской, проектной и иной деятельности обучающихся по программам ВО и (или) ДПП, в том числе подготовки выпускной квалификационной работы</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 общественности..</p>	<p>ПКС-7 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации</p>	<p>ПКС-7. 3.7.1. Знает инструменты маркетинговых коммуникаций</p> <p>ПКС-7. 3.7.2. Знает организацию рекламного дела</p> <p>ПКС-7. 3.7.3. Знает процесс управления знаниями в организации</p> <p>ПКС-7.3.7.4 Маркетинговые технологии и менеджмента</p> <p>ПКС-7. У.7.1. Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p> <p>ПКС-7. У.7.2. Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции,</p>	<p>Событийный маркетинг, Маркетинговый анализ и аудит, Реклама и связи с общественностью в различных отраслях, Профессионально-творческая практика, Преддипломная практика Коммуникации в современных научных сообществах</p>	<p>ПС 06.009 - ТФ В/02.6 ПС 08.035 - ТФ В/04.7 ПС 08.035 - ТФ С/02.8</p>

			<p>планирование расходов на их проведение ПКС-7. У.7.3. Умеет формировать имидж и деловую репутацию организации ПКС-7. У.7.4. Умеет продвигать товары (услуги) организации на рынок ПКС-7. У.7.5. Умеет выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий ПКС-7. У.7.6. Умеет проводить оценку результативности маркетинговых программ ПКС-7. У.7.7. Умеет осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации</p>		
			<p>ПКС-7. В.7.1. Владеет навыком разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий ПКС-7. В.7.2. Владеет разработкой плана мероприятий по продвижению продукции СМИ ПКС-7. В.7.3. Владеет разработкой и проведением коммуникационных кампаний в организации ПКС-7. В.7.4. Владеет формированием имиджа и деловой репутации организации ПКС-7. В.7.5. Владеет организацией и проведением мероприятий по связям с общественностью</p>		

			<p>для формирования маркетинговых коммуникаций организации ПКС-7. В.7.6. Владеет разработкой и проведением рекламных акций по стимулированию продаж ПКС-7. В.7.7. Владеет навыками обеспечения контроля маркетинговой деятельности организации</p>		
--	--	--	--	--	--

Трудовые функции профессиональных стандартов, на основе которых установлены ПКС:

- ПС 01.004 - ТФ I/01.7 Преподавание учебных курсов, дисциплин (модулей) по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры и (или) ДПП
 - ТФ I/03.7 Руководство научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной и иной деятельностью обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры и (или) ДПП
- 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
 - ТФ В/04.6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ
- ПС 06.013 - ТФ В/02.5 Написание информационных материалов для сайта
 - ТФ В/03.5 Редактирование информации на сайте
 - ТФ С/02.6 Управление информацией из различных источников
- ПС 08.035 - ТФ В/04.07 Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации
 - ТФ С/02.8 Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации.

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП ВО

4.3 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.

4.4 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.

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

4.6 Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВО.

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе определяется в рамках системы внутренней оценки.

**Дополнения и изменения
к основной профессиональной образовательной программе
По направлению подготовки:**

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность: Рекламный медиа-бизнес

1. Пункт 2.4, абзац 1 считать недействительным.

ПС 01.004 Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования, утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2015 г. № 608н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 24 сентября 2015 г., регистрационный № 38993) утратил силу (Приказ Минтруда России от 26 декабря 2019 №832н).

2. Пункт 3.5., таблица 6:

Слова «ПС 01.004» заменить словами «требование к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда».

3. Пункт 3.5., «Трудовые функции ПС, на основе которых установлены ПКС», абзац 1 считать недействительным:

- ПС 01.004 – ТФ I/01.7 7Преподавание учебных курсов, дисциплин (модулей) по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры и (или) ДПП;

- ПС 01.004 - ТФ I/03.7 научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной и иной деятельностью обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры и (или) ДПП.

Дополнения и изменения рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления.

Протокол от «30» июня 2021 г. № 21.

Заведующий кафедрой МиМУ



М.Л. Белоношко

**Дополнения и изменения
к основной профессиональной образовательной программе
По направлению подготовки:**

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность: Рекламный медиа-бизнес

1. Пункт 2.4, абзац 3:

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);
заменить на:

ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам, утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022 г. № 420н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 августа 2022 г., регистрационный № 148).

2. Пункт 3.5., последний абзац:

ПС 06.013 - ТФ В/02.5 Написание информационных материалов для сайта

Заменить на:

ПС 06.013 - ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта

Дополнения и изменения рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления.

Протокол от «31» августа 2023 г. № 1.

Заведующий кафедрой МиМУ



М.Л. Белоножко