

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

Филологический факультет

(наименование основного учебного подразделения (ОУП) – разработчика ОП ВО)

Утверждена на заседании Ученого
совета РУДН протокол № 1
от « 24 » января 2011 г.

Открыта приказом ректора РУДН
№ 353
от « 20 » апреля 2011 г.

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ОП ВО)**

Направление подготовки/специальность:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль/специализация):

Реклама и связи с общественностью

(наименование ОП ВО)

Образовательная программа разработана в соответствии с требованиями:
ОС ВО РУДН, утвержденного приказом ректора № 371 от « 21 » мая 2021 г.

Уровень образования:

бакалавриат

(бакалавриат/специалитет/магистратура/ординатура – вписать нужное)

Квалификация выпускника:

бакалавр

(квалификация выпускника в соответствии с приказом Минобрнауки России от 12.09.2013 г. №1061)

Срок получения образования по ОП ВО:

4 года

(очная форма обучения)

4,6 лет

(очно-заочная форма обучения)

5 лет

(заочная форма обучения)

Сведения об особенностях реализации программы:

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП ВО

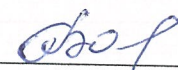
Барабаш В.В.

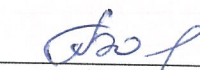
Председатель МССН

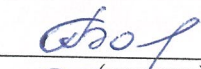
Барабаш В.В.

Руководитель ОУП

Барабаш В.В.


(подпись)


(подпись)


(подпись)

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

2022 г.

1. ЦЕЛЬ (МИССИЯ) ОП ВО

Программа направлена на формирование профессиональных компетенций, которые соответствуют требованиям и учитывают тенденции развития современных PR-агентств. У выпускника формируются как общериторические навыки, так и знания в области коммуникационных процессов в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологии и техники пропаганды общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде. Студенты изучают широкий круг дисциплин в сфере массовой коммуникации, а также получают необходимые для жизни и работы знания и навыки общегуманитарного характера, навыки межкультурного общения и практической деятельности в образовательных организациях.

Обладая обширными международными связями, уровнем подготовки и квалификации преподавательского состава кафедры предлагает студентам только новейшие методики и технологии профессии. Выпускающей кафедрой является кафедра массовых коммуникаций.

2. АКТУАЛЬНОСТЬ, СПЕЦИФИКА, УНИКАЛЬНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Обучение по программе «Реклама и связи с общественностью» осуществляется на филологическом факультете РУДН по очной, очно-заочной и заочной формам обучения.

Широкая и основательная теоретическая и практическая подготовка позволяет выпускникам работать в смежных профессиональных областях, быстро адаптироваться к потребностям в области сферы массовых коммуникаций.

Помимо штатных преподавателей часть дисциплин читают приглашенные специалисты-практики.

Тип задач профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» - организационный; авторский; проектный; маркетинговый.

Срок получения образования по программе бакалавриата по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», программа «Реклама и связи с общественностью», включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, независимо от применяемых образовательных технологий, составляет 4 года по очной и 4 года и 6 месяцев по очно-заочной и заочной формам обучения.

Объем бакалаврской программы составляет 240 зачетных единиц (з.е.).

Основная образовательная программа по направлению подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», программа «Реклама и связи с общественностью» регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации

образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

3. ПОТРЕБНОСТЬ РЫНКА ТРУДА В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ПО ПРОФИЛЮ ОП ВО

Потенциальными работодателями являются представители коммуникационной сферы, а также представители смежной сферы средств массовой информации. Выпускники РУДН востребованы на рынке труда и с легкостью устраиваются в ведущие российские и зарубежные агентства.

5. ОСОБЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ АБИТУРИЕНТАМ

В соответствии с ч.2 статьи 69 Федерального закона от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» к освоению ОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» допускаются лица, имеющие полное среднее общее образование. При приеме на обучение по ОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Университет включает в устанавливаемый им перечень вступительных испытаний на базе среднего общего образования, в соответствии с приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 4 сентября 2014 г. № 1204 «Об утверждении перечня вступительных испытаний при приеме на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и программам специалитета» - обществознание, русский язык и история. В качестве результатов общеобразовательных вступительных испытаний признаются результаты ЕГЭ, либо указанные вступительные испытания проводятся Университетом самостоятельно в соответствии с Правилами.

При формировании программ вступительных испытаний, проводимых Университетом самостоятельно, Университет руководствуется следующим: программы общеобразовательных вступительных испытаний и дополнительных вступительных испытаний профильной направленности формируются на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования и федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования.

Программы общеобразовательных вступительных испытаний формируются с учетом необходимости соответствия уровня сложности таких вступительных испытаний уровню сложности ЕГЭ по соответствующим общеобразовательным предметам.

Для каждого вступительного испытания устанавливается шкала оценивания и минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания. При приеме на обучение по ОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» результаты каждого вступительного испытания, проводимого Университетом самостоятельно, оцениваются по 100-балльной шкале.

Для общеобразовательного вступительного испытания в качестве минимального количества баллов используется минимальное количество баллов ЕГЭ, которое устанавливается Университетом, если оно не установлено учредителем Университета. Указанное минимальное количество баллов не может быть ниже количества баллов ЕГЭ, необходимого для поступления на обучение по программам бакалавриата и программам специалитета и установленного федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере образования.

6. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ОП ВО

6.1. ОП ВО реализуется с элементами дистанционных образовательных технологий, к числу которых относятся: ТУИС (Телекоммуникационная учебно-информационная система) РУДН, ЭБС УНИБЦ (Электронная библиотечная система Учебно-научного информационно-библиотечного центра) РУДН, MS Teams и другие технические инструменты опосредованного взаимодействия обучающихся и педагогических работников (в том числе использование для учебных целей корпоративной электронной почты РУДН, Zoom, Google Hangouts, и др.).

6.2. Язык реализации ОП ВО – *русский*.

6.3. Программа *адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья*.

6.4. ОП ВО реализуется ФГАОУ ВО «Российским университетом дружбы народов».

6.5. Информация о планируемых базах проведения учебных/производственных практик и(или) НИР

Практика*	База проведения практики (<i>наименование организации, место нахождения</i>)
Учебная, стационарная	кафедры массовых коммуникаций РУДН, г. Москва
Производственная, стационарная	Управление по связям с общественностью РУДН, г. Москва;
Преддипломная практика (производственная, стационарная)	кафедры массовых коммуникаций РУДН, г. Москва

* - указывается вид практики (учебная/производственная), тип практики – её наименование (ознакомительная, технологическая, НИР, преддипломная и т.д.), способ проведения (стационарная/выездная).

7. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ОП

7.1. Область(-и) и/или сфера(-ы) профессиональной деятельности выпускника, освоившего ОП ВО, в которой(-ых) он может осуществлять свою профессиональную деятельность:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации); сфера рекламы и связей с общественностью. Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

7.2. Тип(-ы) задач профессиональной деятельности, к решению которых готовится выпускник в рамках освоения ОП ВО:

- организационный;
- авторский;
- проектный;
- маркетинговый.

7.3. Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника ОП ВО, в соответствии с которыми разработана программа

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
06.009	А	Организация распространения продукции СМИ	5	Реализация продукции СМИ	А/01.5	5
				Организация поставки продукции СМИ	А/02.5	5
				Организация и проведение подписной кампании	А/03.5	5
06.013	В		6	Организация маркетинговых	В/01.6	6

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
		Организация продвижения продукции СМИ		исследований в области СМИ		
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	6
				Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	В/04.6	6

8. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОП ВО

8.1. По окончании освоения ОП ВО выпускник должен обладать следующими универсальными компетенциями (УК):

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие</p> <p>УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи</p> <p>УК-1.3. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.</p>
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.	<p>УК-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними;</p> <p>УК-2.2. Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта;</p> <p>УК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач.</p>

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.</p>	<p>УК-3.1. Определяет свою роль в роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p>УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого;</p> <p>УК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели; соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.</p>
<p>УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).</p>	<p>УК-4.1. Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения к ситуациям взаимодействия;</p> <p>УК-4.2. Ведет деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем; ведет деловую переписку на иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий;</p> <p>УК-4.3. Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный; публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения; устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может поддержать разговор в ходе их обсуждения.</p>
<p>УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философских контекстах.</p>	<p>УК-5.1. Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем;</p> <p>УК-5.2. Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии;</p> <p>УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия, основанного на толерантном восприятии культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной задачи.</p>
<p>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</p>	<p>УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей;</p> <p>УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста;</p> <p>УК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста; строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития;</p>

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.	<p>УК-7.1. Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма;</p> <p>УК-7.2. Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности;</p> <p>УК-7.3. Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.</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>УК-8.1. Анализирует факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений);</p> <p>УК-8.2. Идентифицирует опасные и вредные факторы в рамках выполняемого задания;</p> <p>УК-8.3. Выявляет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций; разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; оказывает первую помощь, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях;</p>
УК-9. Способен к коммуникации в цифровой среде (в том числе с использованием технологий SMAAC=Social, Mobile, Apps, Analitics - социальные сети, мобильная связь, приложения, аналитика, облачные технологии) с учетом требований информационной безопасности, конфиденциальности, этических и правовых норм.	<p>УК-9.1. Знает основные технологии, программное и аппаратное обеспечение коммуникации в цифровой среде (в том числе с использованием технологий SMAAC=Social, Mobile, Apps, Analitics - социальные сети, мобильная связь, приложения, аналитика, облачные технологии) учитывает требования информационной безопасности, конфиденциальности, этических и правовых норм;</p> <p>УК-9.2. Использует различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей;</p> <p>УК-9.3. Владеет современными технологиями, программным и аппаратным обеспечением для осуществления цифровых коммуникаций; владеет навыками коммуникации в цифровой среде (в том числе с использованием технологий SMAAC=Social, Mobile, Apps, Analitics - социальные сети, мобильная связь, приложения, аналитика, облачные технологии) с учетом требований информационной безопасности, конфиденциальности, этических и правовых норм.</p>
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	<p>УК-10.1. Знает основы финансовой грамотности;</p> <p>УК-10.2. Способен учитывать основные тенденции развития экономических институтов при принятии экономических решений в различных областях жизнедеятельности;</p>
УК-11.Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.	<p>УК-11.1. Знает основные антикоррупционные законы;</p> <p>УК-11.2. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению в экономической, политической, культурной и социальной сферах;</p>

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-12. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.	<p>УК-12.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде.</p> <p>УК-12.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;</p> <p>УК-12.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами;</p> <p>УК-12.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций.</p>

8.2. По окончании освоения ОП ВО выпускник должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	<p>ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>ОПК-1.2. 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 17 систем.</p>
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	<p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	<p>ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>ОПК-3.2. 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>
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4.2. Использует основные 18 инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов</p>

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.
ОПК-8. Способен осмысленно и плодотворно использовать цифровые технологии для эффективного решения профессиональных задач в сфере рекламы и PR.	ОПК-8.1. Знает цифровые технологии, методы и способы технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ; ОПК-8.2. Умеет вводить и обрабатывать текстовые данные, сканировать и обрабатывать графическую информацию; использовать цифровые технологии, методы и способы технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ; ОПК-8.3. Владеет навыками использования цифровых технологий, методов и способов технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ; владеет навыками создания и ведения информационных баз данных; навыками размещения информации в цифровом пространстве.

8.3. Перечень профессиональных компетенций (ПК), которыми должен обладать выпускник, полностью освоивший ОП ВО:

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
<p>ПК-1. Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.</p>	<p>ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR кампаний при создании коммуникационного продукта.</p>	06.013
<p>ПК-2. Способен владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.</p>	<p>ПК-2.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-2.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</p>	06.013
<p>ПК-3. Способен владеть компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований, способностью организовывать и проводить социологические исследования.</p>	<p>ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p>	06.009

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
	ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	
ПК-4. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов.	<p>ПК-4.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде</p> <p>ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде</p> <p>ПК-4.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.</p>	06.009

Б1.В.ДВ.08.02	Дискуссионные проблемы России 20 в.					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3	УК-6.1							
Блок 2	Практика Обязательная часть													
Б2.О.01	Базовая компонента													
Б2.О.01.01(У)	Профессионально-ознакомительная практика	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3	УК-5.1; УК-	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3	УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3	УК-8.1; УК-8.2; УК-8.3	УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3	УК-10.1; УК-10.2	УК-11.1; УК-11.2	УК-12.1; УК-12.2; УК-12.3;	
Б2.О.02	Вариативная компонента													
Б2.О.02.01(П)	Профессионально-творческая практика	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3	УК-5.1; УК-	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3	УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3	УК-8.1; УК-8.2; УК-8.3	УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3	УК-10.1; УК-10.2	УК-11.1; УК-11.2	УК-12.1; УК-12.2; УК-12.3;	
Б2.О.02.02(Пд)	Преддипломная практика	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3	УК-5.1; УК-	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3	УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3	УК-8.1; УК-8.2; УК-8.3	УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3	УК-10.1; УК-10.2	УК-11.1; УК-11.2	УК-12.1; УК-12.2; УК-12.3;	
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3	УК-5.1; УК-	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3	УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3	УК-8.1; УК-8.2; УК-8.3	УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3	УК-10.1; УК-10.2	УК-11.1; УК-11.2	УК-12.1; УК-12.2; УК-12.3;	

		Общепрофессиональные компетенции							
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		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-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-6: Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-8: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
Блок 1	Дисциплины (модули) Обязательная часть								
Б1.О.01	Базовая компонента								
Б1.О.01.01	Введение в специальность				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.01.02	Правоведение		ОПК-2.1; ОПК-2.2			ОПК-5.1; ОПК-5.2		ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.01.03	История								
Б1.О.01.04	Компьютерные технологии и информатика						ОПК-6.1; ОПК-6.2		ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
Б1.О.01.05	Математика и статистика								
Б1.О.01.06	Основы маркетинга				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.01.07	Философия		ОПК-2.1; ОПК-2.2		ОПК-4.1; ОПК-4.2	ОПК-5.1			
Б1.О.01.08	Концепции современного естествознания								
Б1.О.01.09	История рекламы и связей с общественностью			ОПК-3.1; ОПК-3.2					
Б1.О.01.10	Безопасность жизнедеятельности								
Б1.О.01.11	Политология		ОПК-2.1; ОПК-2.2			ОПК-5.1; ОПК-5.2			

Б1.О.01.12	Физическая культура								
Б1.О.01.13	Основы менеджмента								
Б1.О.01.14	Основы дизайна и композиции	ОПК-1.1; ОПК-1.2		ОПК-3.1; ОПК-3.2			ОПК-6.1; ОПК-6.2		ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
Б1.О.01.15	Основы экономики								
Б1.О.01.16	Технологии производства в рекламе и связях с общественностью	ОПК-1.1; ОПК-1.2	ОПК-2.1; ОПК-2.2		ОПК-4.1; ОПК-4.2		ОПК-6.1; ОПК-6.2		
Б1.О.01.ДВ.01.01	Иностранный язык	ОПК-1.1; ОПК-1.2							
Б1.О.01.ДВ.01.02	Русский язык (как иностранный)	ОПК-1.1; ОПК-1.2							
Б1.О.02	Вариативная компонента								
Б1.О.02.01	Второй иностранный язык (практический)		ОПК-2.1; ОПК-2.2						
Б1.О.02.02	Основы интегрированных коммуникаций в PR								
Б1.О.02.03	Основы теории коммуникации		ОПК-2.1; ОПК-2.2						
Б1.О.02.04	Социология массовых коммуникаций								
Б1.О.02.05	Теория и практика массовой коммуникации					ОПК-5.1; ОПК-5.2		ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.02.06	Имагология		ОПК-2.1; ОПК-2.2			ОПК-5.1; ОПК-5.2			
Б1.О.02.07	Media Relations				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.02.08	Деловой этикет					ОПК-5.1; ОПК-5.2		ОПК-7.1	
Б1.О.02.09	Производственные процессы в СМИ	ОПК-1.1; ОПК-1.2	ОПК-2.1; ОПК-2.2				ОПК-6.1; ОПК-6.2		
Б1.О.02.10	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе				ОПК-4.2				
Б1.О.02.11	Психология рекламы и PR				ОПК-4.1			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.02.12	PR и международные отношения		ОПК-2.1; ОПК-2.2	ОПК-3.2	ОПК-4.2				
Б1.О.02.13	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью							ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.02.14	Практика интегрированных маркетинговых коммуникаций					ОПК-5.1; ОПК-5.2		ОПК-7.1; ОПК-7.2	

Б1.О.02.15	Интегрированные коммуникации в бизнесе					ОПК-5.1; ОПК-5.2		ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.02.16	Организация и проведение PR- кампаний					ОПК-5.1; ОПК-5.2		ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.02.17	Современная пресс-служба							ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.02.18	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ		ОПК-2.1; ОПК-2.2						
Б1.О.02.19	Социология рекламы								
Б1.О.02.20	New and Social Media							ОПК-7.1; ОПК-7.2	ОПК-8.2; ОПК-8.3
Б1.О.02.21	PR в органах государственной власти							ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.02.22	Политический PR		ОПК-2.1; ОПК-2.2		ОПК-4.1				
Б1.О.02.23	Межкультурная коммуникация	ОПК-1.1; ОПК-1.2;	ОПК-2.1; ОПК-2.2	ОПК-3.1; ОПК-3.2		ОПК-5.1; ОПК-5.2			
Б1.О.02.24	Антикризисное управление		ОПК-2.1; ОПК-2.2		ОПК-4.1; ОПК-4.2	ОПК-5.1			
Б1.О.02.25	Копирайтинг в рекламе и PR			ОПК-3.2	ОПК-4.1; ОПК-4.2				
Б1.О.02.26	Психология управления								
Б1.О.02.27	Отраслевой PR								
Б1.О.02.28	Политическая реклама		ОПК-2.1; ОПК-2.2						
Б1.О.02.29	Основы брендинга				ОПК-4.1; ОПК-4.2				
Б1.О.02.ДВ.01.01	Основы риторики и коммуникации	ОПК-1.1; ОПК-1.2							
Б1.О.02.ДВ.01.02	Русский язык и культура речи	ОПК-1.1; ОПК-1.2							
Б1.О.02.ДВ.02.01	Иностранный язык делового общения	ОПК-1.1; ОПК-1.2							
Б1.О.02.ДВ.02.02	Русский язык делового общения	ОПК-1.1; ОПК-1.2							
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений								
Б1.В.ДВ.01.01	Прикладная физическая культура								
Б1.В.ДВ.02.01	Дисциплины междисциплинарного модуля								
Б1.В.ДВ.03.01	История русского искусства			ОПК-3.1; ОПК-3.2					

Б1.В.ДВ.03.02	Техника и технологии СМИ						ОПК-6.1; ОПК-6.2		ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
Б1.В.ДВ.04.01	Профессиональная этика							ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.В.ДВ.04.02	Корпоративная и социальная ответственность в МК							ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.В.ДВ.04.03	Семиотика и язык рекламы	ОПК-1.1; ОПК-1.2							
Б1.В.ДВ.05.01	Технологии производства развлекательных программ на ТВ		ОПК-2.1	ОПК-3.1			ОПК-5.1		
Б1.В.ДВ.05.02	Игровые коммуникации в журналистике и PR								ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
Б1.В.ДВ.05.03	Интернет технологии в массовых коммуникациях						ОПК-6.1; ОПК-6.2		ОПК-8.1
Б1.В.ДВ.06.01	Междисциплинарная курсовая работа (Реклама, PR, имидж)						ОПК-5.1; ОПК-5.2	ОПК-7.1; ОПК-7.2	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
Б1.В.ДВ.06.02	Междисциплинарная курсовая работа (Внутрикорпоративные/внешние коммуникации)						ОПК-5.1; ОПК-5.2	ОПК-7.1; ОПК-7.2	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
Б1.В.ДВ.06.03	Междисциплинарная курсовая работа (Digital коммуникации)						ОПК-5.1; ОПК-5.2	ОПК-7.1; ОПК-7.2	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
Б1.В.ДВ.07.01	Стереотипы в МК	ОПК-1.1; ОПК-1.2					ОПК-5.1; ОПК-5.2		
Б1.В.ДВ.07.02	Английский язык для научных целей	ОПК-1.1; ОПК-1.2							
Б1.В.ДВ.07.03	Government relations		ОПК-2.1; ОПК-2.2						
Б1.В.ДВ.08.01	Лингвистические аспекты информационного права		ОПК-2.1; ОПК-2.2				ОПК-5.1; ОПК-5.2		ОПК-8.1; ОПК-8.2
Б1.В.ДВ.08.02	Дискуссионные проблемы России 20 в.								
Блок 2	Практика Обязательная часть								
Б2.О.01	Базовая компонента								
Б2.О.01.01(У)	Профессионально-ознакомительная практика	ОПК-1.1; ОПК-1.2	ОПК-2.1; ОПК-2.2	ОПК-3.1; ОПК-3.2	ОПК-4.1; ОПК-4.2	ОПК-5.1; ОПК-5.2	ОПК-6.1; ОПК-6.2	ОПК-7.1; ОПК-7.2	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
Б2.О.02	Вариативная компонента								

Б2.О.02.01(П)	Профессионально-творческая практика	ОПК-1.1; ОПК-1.2	ОПК-2.1; ОПК-2.2	ОПК-3.1; ОПК-3.2	ОПК-4.1; ОПК-4.2	ОПК-5.1; ОПК-5.2	ОПК-6.1; ОПК-6.2	ОПК-7.1; ОПК-7.2	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
Б2.О.02.02(Пд)	Преддипломная практика	ОПК-1.1; ОПК-1.2	ОПК-2.1; ОПК-2.2	ОПК-3.1; ОПК-3.2	ОПК-4.1; ОПК-4.2	ОПК-5.1; ОПК-5.2	ОПК-6.1; ОПК-6.2	ОПК-7.1; ОПК-7.2	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	ОПК-1.1; ОПК-1.2	ОПК-2.1; ОПК-2.2	ОПК-3.1; ОПК-3.2	ОПК-4.1; ОПК-4.2	ОПК-5.1; ОПК-5.2	ОПК-6.1; ОПК-6.2	ОПК-7.1; ОПК-7.2	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3

		Профессиональные компетенции			
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		ПК-1: Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с	ПК-2 Способен владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	ПК-3: Способен владеть компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований, способностью организовывать и проводить социологические исследования	ПК-4: Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов
Блок 1	Дисциплины (модули) Обязательная часть				
Б1.О.01	Базовая компонента				
Б1.О.01.01	Введение в специальность	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.О.01.02	Правоведение				
Б1.О.01.03	История				
Б1.О.01.04	Компьютерные технологии и информатика				
Б1.О.01.05	Математика и статистика				
Б1.О.01.06	Основы маркетинга		ПК-2.2; ПК-2.3		ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.О.01.07	Философия				
Б1.О.01.08	Концепции современного естествознания				
Б1.О.01.09	История рекламы и связей с общественностью	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.О.01.10	Безопасность жизнедеятельности				
Б1.О.01.11	Политология				

Б1.О.01.12	Физическая культура				
Б1.О.01.13	Основы менеджмента	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.О.01.14	Основы дизайна и композиции				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.О.01.15	Основы экономики				
Б1.О.01.16	Технологии производства в рекламе и связях с общественностью	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.О.01.ДВ.01.01	Иностранный язык				
Б1.О.01.ДВ.01.02	Русский язык (как иностранный)				
Б1.О.02	Вариативная компонента				
Б1.О.02.01	Второй иностранный язык (практический курс)				
Б1.О.02.02	Основы интегрированных коммуникаций в PR	ПК-1.1; ПК-1.2			
Б1.О.02.03	Основы теории коммуникации				
Б1.О.02.04	Социология массовых коммуникаций			ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3	
Б1.О.02.05	Теория и практика массовой коммуникации	ПК-1.1			
Б1.О.02.06	Имагология	ПК-1.1			
Б1.О.02.07	Media Relations				
Б1.О.02.08	Деловой этикет				
Б1.О.02.09	Производственные процессы в СМИ				
Б1.О.02.10	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.О.02.11	Психология рекламы и PR	ПК-1.1; ПК-1.3			
Б1.О.02.12	PR и международные отношения				
Б1.О.02.13	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2		ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.О.02.14	Практика интегрированных маркетинговых коммуникаций				
Б1.О.02.15	Интегрированные коммуникации в бизнесе	ПК-1.1	ПК-2.2		
Б1.О.02.16	Организация и проведение PR- кампаний				
Б1.О.02.17	Современная пресс-служба				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3

Б1.О.02.18	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ			ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3	
Б1.О.02.19	Социология рекламы			ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3	
Б1.О.02.20	New and Social Media	ПК-1.1; ПК-1.2			
Б1.О.02.21	PR в органах государственной власти	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2		ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.О.02.22	Политический PR				
Б1.О.02.23	Межкультурная коммуникация				
Б1.О.02.24	Антикризисное управление	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.О.02.25	Копирайтинг в рекламе и PR		ПК-2.2		
Б1.О.02.26	Психология управления				
Б1.О.02.27	Отраслевой PR	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.О.02.28	Политическая реклама			ПК-3.1	
Б1.О.02.29	Основы брендинга		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.О.02.ДВ.01.01	Основы риторики и коммуникации				
Б1.О.02.ДВ.01.02	Русский язык и культура речи				
Б1.О.02.ДВ.02.01	Иностранный язык делового общения				
Б1.О.02.ДВ.02.02	Русский язык делового общения				
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений				
Б1.В.ДВ.01.01	Прикладная физическая культура				
Б1.В.ДВ.02.01	Дисциплины междисциплинарного модуля				
Б1.В.ДВ.03.01	История русского искусства	ПК-1.2			
Б1.В.ДВ.03.02	Техника и технологии СМИ				
Б1.В.ДВ.04.01	Профессиональная этика				
Б1.В.ДВ.04.02	Корпоративная и социальная ответственность в МК		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.04.03	Семиотика и язык рекламы				
Б1.В.ДВ.05.01	Технологии производства развлекательных программ				

Б1.В.ДВ.05.02	Игровые коммуникации в журналистике и PR			ПК-3.3	ПК-4.1; ПК-4.2
Б1.В.ДВ.05.03	Интернет технологии в массовых коммуникациях				
Б1.В.ДВ.06.01	Междисциплинарная курсовая работа (Реклама, PR,	ПК-1.1; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.06.02	Междисциплинарная курсовая работа (Внутрикорпоративные\внешние коммуникации)	ПК-1.1; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.06.03	Междисциплинарная курсовая работа (Digital коммуникации)	ПК-1.1; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.07.01	Стереотипы в МК				
Б1.В.ДВ.07.02	Английский язык для научных целей				
Б1.В.ДВ.07.03	Government relations	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК- 1.3			
Б1.В.ДВ.08.01	Лингвистические аспекты информационного права				
Б1.В.ДВ.08.02	Дискуссионные проблемы России 20 в.				
Блок 2	Практика Обязательная часть				
Б2.О.01	Базовая компонента				
Б2.О.01.01(У)	Профессионально-ознакомительная практика	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК- 1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК- 4.3
Б2.О.02	Вариативная компонента				
Б2.О.02.01(П)	Профессионально-творческая практика	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК- 1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК- 4.3
Б2.О.02.02(Пд)	Преддипломная практика	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК- 1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК- 4.3
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК- 1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК- 4.3