

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 05.04.2024 13:38:33  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca96f2

Приложение 11 ОП ВО

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**  
**СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС**

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

УТВЕРЖДЕНО  
Директор СЗИУ РАНХиГС Хлутков А.Д.

**ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Реклама и связи с общественностью**  
**в государственных и негосударственных организациях**  
*(наименование образовательной программы)*

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**  
*(код и наименование направления подготовки)*

**очная**  
*(форма обучения)*

Год набора – 2023

Санкт-Петербург, 2023 г.

**Автор-составитель:**

Д.филол.н., доцент, профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Глущенко О.А.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

д.фил.н.

Ким М.Н.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. Матрица освоения компетенций, включая Паспорта компетенций
2. Схема формирования компетенций

### 1. МАТРИЦА ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1	Дисциплины (модули)	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-1.4; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3; ОПК-6.4; ОПК-6.5; ОПК-6.6; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-1.5; ПК-1.6; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.4; ПК-3.5; ПК-4.3; ПК-4.4; ПК-4.5; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-5.3; ПК-6.2; ПК-6.3; ПК-6.4; УК ОС-1.1; УК ОС-1.2; УК ОС-1.3; УК ОС-1.4; УК ОС-2.1; УК ОС-2.2; УК ОС-2.3; УК ОС-2.4; УК ОС-3.1; УК ОС-3.2; УК ОС-3.3; УК ОС-4.1; УК ОС-4.2; УК ОС-4.3; УК ОС-4.4; УК ОС-4.5; УК ОС-4.6; УК ОС-5.1; УК ОС-5.2; УК ОС-5.3; УК ОС-5.4; УК ОС-6.1; УК ОС-6.2; УК ОС-6.3; УК ОС-6.4; УК ОС-6.5; УК ОС-6.6; УК ОС-7.1; УК ОС-7.2; УК ОС-7.3; УК ОС-8.1; УК ОС-9.1; УК ОС-9.2; УК ОС-9.3; УК ОС-10.1; УК ОС-10.2; УК ОС-11.1; УК ОС-11.2
Б1.О	Обязательная часть	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-1.4; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3; ОПК-6.4; ОПК-6.5; ОПК-6.6; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3; УК ОС-1.1; УК ОС-1.2; УК ОС-1.3; УК ОС-1.4; УК ОС-2.1; УК ОС-2.2; УК ОС-2.3; УК ОС-2.4; УК ОС-3.1; УК ОС-3.2; УК ОС-3.3; УК ОС-4.1; УК ОС-4.2; УК ОС-4.3; УК ОС-4.4; УК ОС-4.5; УК ОС-4.6; УК ОС-5.1; УК ОС-5.2; УК ОС-5.3; УК ОС-5.4; УК ОС-6.1; УК ОС-6.2; УК ОС-6.3; УК ОС-6.4; УК ОС-6.5; УК ОС-6.6; УК ОС-7.1; УК ОС-8.1; УК ОС-9.2; УК ОС-9.3; УК ОС-10.1; УК ОС-10.2; УК ОС-11.1; УК ОС-11.2
Б1.О.01	Философия	УК ОС-1.3
Б1.О.02	Иностранный язык	УК ОС-4.1; УК ОС-4.2; УК ОС-4.3; УК ОС-4.4; УК ОС-4.5; УК ОС-4.6
Б1.О.03	Психология	УК ОС-3.3; УК ОС-5.3; УК ОС-6.3
Б1.О.04	Социология	УК ОС-3.1; УК ОС-5.1
Б1.О.05	Экономика	УК ОС-2.3; УК ОС-9.3
Б1.О.06	Основы математических знаний	УК ОС-2.2
Б1.О.07	Психология массовых коммуникаций	ОПК-7.2
Б1.О.08	Основы менеджмента	ОПК-4.2; УК ОС-3.3

Б1.О.09	Правовое регулирование массовых коммуникаций	ОПК-2.3; ОПК-5.1; УК ОС-10.2
Б1.О.10	Основы маркетинга	ОПК-4.1; УК ОС-9.2
Б1.О.11	Основы редактирования и копирайтинг	ОПК-1.1; ОПК-1.2; УК ОС-4.2; УК ОС-4.3
Б1.О.12	Политология	ОПК-2.2; УК ОС-1.2; УК ОС-10.1
Б1.О.13	Безопасность жизнедеятельности	УК ОС-8.1
Б1.О.14	Физическая культура и спорт	УК ОС-7.1
Б1.О.15	История искусства и дизайна	ОПК-1.1; ОПК-3.2; УК ОС-5.2
Б1.О.16	Введение в медиапланирование	ОПК-5.2; УК ОС-2.4
Б1.О.17	Введение в профессию	УК ОС-2.1; УК ОС-2.2; УК ОС-3.1; УК ОС-3.2
Б1.О.18	Культурология	ОПК-3.3; УК ОС-5.4
Б1.О.19	История рекламы	ОПК-2.1; ОПК-3.1
Б1.О.20	Социология массовых коммуникаций	ОПК-2.2; ОПК-7.1
Б1.О.21	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	ОПК-4.3; ОПК-5.2; ОПК-7.3; УК ОС-1.4
Б1.О.22	История	УК ОС-1.1; УК ОС-1.2; УК ОС-5.1; УК ОС-5.2
Б1.О.22.01	История России	УК ОС-1.1; УК ОС-5.1
Б1.О.22.02	Всеобщая история	УК ОС-1.2; УК ОС-5.2
Б1.О.23	Интернет-технологии в рекламе	ОПК-6.3; ОПК-6.4; ОПК-6.5; ОПК-6.6; УК ОС-6.3; УК ОС-6.4; УК ОС-6.5; УК ОС-6.6
Б1.О.24	Теории коммуникации	УК ОС-4.4

Б1.О.24.01	Основы теории коммуникации	ОПК-1.2; ОПК-1.3; УК ОС-4.3; УК ОС-4.4
Б1.О.24.02	Теория и практика массовой коммуникации	ОПК-1.4; УК ОС-4.5
Б1.О.25	Цифровые технологии	ОПК-6.1; ОПК-6.2; УК ОС-6.1; УК ОС-6.2
Б1.О.26	Основы российской государственности	УК ОС-5.2
Б1.О.27	Основы национальной безопасности	УК ОС-11.1; УК ОС-11.2
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-1.5; ПК-1.6; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.4; ПК-3.5; ПК-4.3; ПК-4.4; ПК-4.5; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-5.3; ПК-6.2; ПК-6.3; ПК-6.4; УК ОС-2.1; УК ОС-7.2; УК ОС-7.3; УК ОС-9.1
Б1.В.01	Великие книги	ПК-1.1
Б1.В.02	Семиотика медийного текста	ПК-2.1
Б1.В.03	Внемедийные коммуникации	ПК-3.1; ПК-3.2
Б1.В.04	Теория и практика информационного повода	ПК-1.6
Б1.В.05	Работа с текстами в системе медиакommunikаций	ПК-1.5
Б1.В.06	Ораторское искусство и теория аргументации	ПК-6.2; ПК-6.3
Б1.В.07	Событийный маркетинг	ПК-6.3
Б1.В.08	Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью	ПК-4.3; ПК-5.1
Б1.В.09	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях	ПК-3.4; ПК-3.5
Б1.В.10	Технологии управления общественным мнением	ПК-4.4

Б1.В.11	Управление проектами в рекламе и связях с общественностью	ПК-5.2
Б1.В.12	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	ПК-6.4
Б1.В.13	Логика	ПК-1.3
Б1.В.14	Основы интегрированных коммуникаций	ПК-4.4
Б1.В.15	Продакт плейсмент и киномерчендайзинг	ПК-4.3
Б1.В.16	Элективные курсы по физической культуре: Легкая атлетика; Фитнес; Спортивные игры	УК ОС-7.2; УК ОС-7.3
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1	ПК-3.2
Б1.В.ДВ.01.01	Реклама и связи с общественностью в избирательных кампаниях	ПК-3.2
Б1.В.ДВ.01.02	Реклама и связи с общественностью в политике	ПК-3.2
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2	ПК-2.2
Б1.В.ДВ.02.01	Дизайн в системе массовых коммуникаций	ПК-2.2
Б1.В.ДВ.02.02	Выпуск медийного продукта	ПК-2.2
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3	ПК-6.2
Б1.В.ДВ.03.01	Деловые отношения и делопроизводство	ПК-6.2
Б1.В.ДВ.03.02	Организация внутрикорпоративных коммуникаций	ПК-6.2
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4	ПК-5.3

Б1.В.ДВ.04.01	Консалтинг и коучинг в рекламе и связях с общественностью	ПК-5.3
Б1.В.ДВ.04.02	Краудсорсинг в рекламе и связях с общественностью	ПК-5.3
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5	ПК-4.5
Б1.В.ДВ.05.01	Тренды в бизнес-коммуникациях	ПК-4.5
Б1.В.ДВ.05.02	Репутационный менеджмент	ПК-4.5
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6	ПК-2.1
Б1.В.ДВ.06.01	Связи с общественностью в органах государственного и муниципального управления	ПК-2.1
Б1.В.ДВ.06.02	Связи с общественностью в "электронном государстве"	ПК-2.1
Б1.В.ДВ.07	Дисциплины (модули) по выбору 7 (ДВ.7)	ПК-1.1; ПК-1.2
Б1.В.ДВ.07.01	Русский язык и культура речи	ПК-1.1; ПК-1.2
Б1.В.ДВ.07.02	Стилистика	ПК-1.1; ПК-1.2
Б1.В.ДВ.08	Дисциплины (модули) по выбору 8 (ДВ.8)	УК ОС-2.1; УК ОС-9.1
Б1.В.ДВ.08.01	Цифровое общество и управление цифровой репутацией	УК ОС-2.1; УК ОС-9.1
Б1.В.ДВ.08.02	Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты	УК ОС-2.1; УК ОС-9.1
Б2	Практика	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-1.7; ПК-2.3; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.5; ПК-3.6; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.4; ПК-4.5; ПК-5.3; ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.4; ПК-6.5



Б2.О	Обязательная часть	
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	ПК-1.3; ПК-1.4; ПК-1.7; ПК-2.3; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.5; ПК-3.6; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.4; ПК-4.5; ПК-5.3; ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.4; ПК-6.5
Б2.В.01(У)	Профессионально-ознакомительная практика	ПК-1.3; ПК-1.4
Б2.В.02(П)	Профессионально-творческая практика	ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.5; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.4; ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.4
Б2.В.03(Пд)	Преддипломная практика	ПК-1.7; ПК-2.3; ПК-3.6; ПК-4.5; ПК-5.3; ПК-6.5
Б3	Государственная итоговая аттестация	ОПК-1.4; ОПК-2.3; ОПК-3.3; ОПК-4.3; ОПК-5.2; ОПК-6.6; ОПК-7.3; ПК-1.7; ПК-2.3; ПК-3.6; ПК-4.5; ПК-5.3; ПК-6.5; УК ОС-1.4; УК ОС-2.4; УК ОС-3.3; УК ОС-4.6; УК ОС-5.4; УК ОС-6.6; УК ОС-7.3; УК ОС-8.1; УК ОС-9.2; УК ОС-10.2
Б3.О	Обязательная часть	ОПК-1.4; ОПК-2.3; ОПК-3.3; ОПК-4.3; ОПК-5.2; ОПК-6.6; ОПК-7.3; ПК-1.7; ПК-2.3; ПК-3.6; ПК-4.5; ПК-5.3; ПК-6.5; УК ОС-1.4; УК ОС-2.4; УК ОС-3.3; УК ОС-4.6; УК ОС-5.4; УК ОС-6.6; УК ОС-7.3; УК ОС-8.1; УК ОС-9.2; УК ОС-10.2
Б3.О.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	ОПК-4.3; ОПК-7.3; ПК-3.6; ПК-6.5; УК ОС-3.3; УК ОС-4.6; УК ОС-5.4; УК ОС-7.3; УК ОС-8.1; УК ОС-9.2; УК ОС-10.2; УК ОС-11.2
Б3.О.02(Д)	Подготовка к защите и защита ВКР	ОПК-1.4; ОПК-2.3; ОПК-3.3; ОПК-5.2; ОПК-6.6; ПК-1.7; ПК-2.3; ПК-4.5; ПК-5.3; УК ОС-1.4; УК ОС-2.4; УК ОС-4.6; УК ОС-6.6; УК ОС-9.2; УК ОС-10.2
ФТД	Факультативы	ПК-2.1; ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.3; ПК-6.4; УК ОС-1.1
ФТД.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	ПК-2.1; ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.3; ПК-6.4; УК ОС-1.1
ФТД.В.01	Основы информационной компетентности	УК ОС-1.1
ФТД.В.02	Режиссура и сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью	ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.3; ПК-6.4
ФТД.В.03	Видеомонтаж в рекламе	ПК-2.1



## ПАСПОРТА КОМПЕТЕНЦИЙ

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>УК ОС-1</b>	<b>способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции</b>	<b>формулирует собственную гражданскую и мировоззренческую позицию с опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, явлений и событий</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен осуществлять поиск статистической и аналитической информации по разным источникам, а также определять степень достоверности информации и важность значимого события; инициировать творческие идеи для создания новых продуктов	УК ОС-1.1: осуществляет поиск статистической и аналитической информации по разным источникам, а также определяет степень достоверности информации и важность значимого события; инициирует творческие идеи для создания новых продуктов
способен определять идею, материал для нового продукта по результатам российских и зарубежных источников информации	УК ОС-1.2: определяет идею, материал для нового продукта по результатам российских и зарубежных источников информации
осуществляет систематизацию информации, полученной в целях решения поставленной задачи по результатам самостоятельного поиска по широкому кругу источников	УК ОС-1.3: способен систематизировать информацию, полученную в целях решения поставленной задачи по результатам самостоятельного поиска по широкому кругу источников
способен формулировать собственную гражданскую и мировоззренческую позицию с опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, явлений и событий	УК ОС-1.4: формулирует собственную гражданскую и мировоззренческую позицию с опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, явлений и событий

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>УК ОС-2</b>	<b>способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений</b>	<b>представляет и защищает самостоятельно разработанный проект любого типа, включая исследовательскую работу, с обоснованием ресурсов и ограничений при его разработке и реализации</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
Способность к определению проблемы, постановке проектного замысла и предварительному планированию проектных задач (с соответствующими расчётами и обоснованиями)	УК ОС-2.1: Определяет проблему, устанавливает проектный замысел и планирует проектные задачи (с соответствующими расчётами и обоснованиями)
способен представлять проект по продвижению продукции любых СМИ; формировать проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции любых СМИ	УК ОС-2.2: представляет проект по продвижению продукции любых СМИ; формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции любых СМИ
способен разрабатывать и обосновывать проект ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию любых СМИ	УК ОС-2.3: разрабатывает и обосновывает проект ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию любых СМИ
способен представлять и защищать самостоятельно разработанный проект любого типа, включая исследовательскую работу, с обоснованием ресурсов и ограничений при его разработке и реализации	УК ОС-2.4: представляет и защищает самостоятельно разработанный проект любого типа, включая исследовательскую работу, с обоснованием ресурсов и ограничений при его разработке и реализации

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>УК ОС-3</b>	<b>способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе</b>	<b>обосновывает адекватность распределения ролей в рамках выполнения командной задачи и собственную ролевую позицию</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен организовывать сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции; находить и отбирать организации для проведения социологического опроса; определять целевую аудиторию нового продукта	УК ОС-3.1: организует сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции; находит и отбирает организации для проведения социологического опроса; определяет целевую аудиторию нового продукта
способен организовывать и проводить рекламную кампанию совместно с подразделением маркетинга; снижать негативные реакции, поддерживать дружелюбную тональность в комментариях к официальным сообщениям организации; управлять несколькими сообществами в социальных сетях	УК ОС-3.2: организует и проводит рекламную кампанию совместно с подразделением маркетинга; умеет снижать негативные реакции, поддерживать дружелюбную тональность в комментариях к официальным сообщениям организации; управляет несколькими сообществами в социальных сетях
способен обосновывать адекватность распределения ролей в рамках выполнения командной задачи и собственную ролевую позицию	УК ОС-3.3: обосновывает адекватность распределения ролей в рамках выполнения командной задачи и собственную ролевую позицию

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>УК ОС-4</b>	<b>способность осуществлять коммуникацию, в том числе деловую в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках</b>	<b>соблюдает требования к языку и форме общения, в том числе делового, в зависимости от коммуникативной задачи, решаемой на русском или иностранном языке</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен осуществлять устную и письменную коммуникацию на иностранном языке; осуществлять мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации	УК ОС-4.1: осуществляет устную и письменную коммуникацию на иностранном языке; осуществляет мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации
способен модерировать сообщения и комментарии пользователей; обрабатывать информацию о новых товарах и услугах, другие материалы для актуализации (пополнения) сайта новыми сведениями; определять необходимость редакторской и корректорской обработки текста	УК ОС-4.2: модерировать сообщения и комментарии пользователей; обрабатывает информацию о новых товарах и услугах, другие материалы для актуализации (пополнения) сайта новыми сведениями; определяет необходимость редакторской и корректорской обработки текста
способен работать с текстами различной тематики (рерайт и копирайтинг)	УК ОС-4.3: работает с текстами различной тематики (рерайт и копирайтинг)
способен контролировать качество текстов и их отображения; адаптировать текстовые материалы для внутренней поисковой оптимизации	УК ОС-4.4: контролирует качество текстов и их отображения; адаптирует текстовые материалы для внутренней поисковой оптимизации

способен осуществлять деловую коммуникацию в профессиональной сфере на иностранном и русском языке; находить свежие идеи и материал для нового продукта по результатам анализа зарубежных источников информации	УК ОС-4.5: осуществляет деловую коммуникацию в профессиональной сфере на иностранном и русском языке; находит свежие идеи и материал для нового продукта по результатам анализа зарубежных источников информации
способен соблюдать требования к языку и форме общения, в том числе делового, в зависимости от коммуникативной задачи, решаемой на русском или иностранном языке	УК ОС-4.6: соблюдает требования к языку и форме общения, в том числе делового, в зависимости от коммуникативной задачи, решаемой на русском или иностранном языке

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>УК ОС-5</b>	<b>способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества в социально-историческом и философском контекстах, соблюдать нормы этики и использовать дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах</b>	<b>проявляет гибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологических особенностей</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен оценивать актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность с учетом этнических и религиозных особенностей целевой аудитории	УК ОС-5.1: оценивает актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность с учетом этнических и религиозных особенностей целевой аудитории
способен готовить предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, для корректировки стратегии продвижения любых СМИ, а также формировать требования к создаваемому сценарному материалу с учетом социально-исторического, этического и философского контекста	УК ОС-5.2: готовит предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, для корректировки стратегии продвижения любых СМИ, а также формирует требования к создаваемому сценарному материалу с учетом социально-исторического, этического и философского контекста
способен демонстрировать знание психофизических особенностей развития лиц с психическими и (или) физическими недостатками для выстраивания своего поведения в социальной и профессиональной сфере	УК ОС-5.3: демонстрирует знание психофизических особенностей развития лиц с психическими и (или) физическими недостатками для выстраивания своего поведения в социальной и профессиональной сфере
способен проявлять гибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологических особенностей	УК ОС-5.4: проявляет гибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологических особенностей

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>УК ОС-6</b>	<b>способность выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</b>	<b>обосновывает траекторию личного и профессионального роста, основываясь на методах самоменеджмента и самоорганизации под поставленную задачу</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен самостоятельно актуализировать и расширять знания по тематике информационных ресурсов	УК ОС-6.1: самостоятельно актуализирует и расширяет знания по тематике информационных ресурсов
способен самостоятельно собирать и обрабатывать материалы для электронных рассылок	УК ОС-6.2: самостоятельно собирает и обрабатывает материалы для электронных рассылок
способен самостоятельно оптимизировать и адаптировать текстовые материалы	УК ОС-6.3: самостоятельно оптимизирует и адаптирует текстовые материалы
способен на основе современных информационно-коммуникационных технологий самостоятельно настраивать параметры форума и управлять характеристиками постоянных пользователей; размещать новости на сайте и в социальных сетях, контролировать правильность работы RSS-каналов и механизмов кросспостинга	УК ОС-6.4: на основе современных информационно-коммуникационных технологий самостоятельно настраивает параметры форума и управляет характеристиками постоянных пользователей; размещает новости на сайте и в социальных сетях, контролирует правильность работы RSS-каналов и механизмов кросспостинга
способен выявлять потенциальные источники информации (среди сайтов производителей и основных дистрибьюторов товаров, конкурентов, тематических сообществ и форумов, электронных и печатных каталогов и справочников, информационных систем и баз данных организации)	УК ОС-6.5: выявляет потенциальные источники информации (среди сайтов производителей и основных дистрибьюторов товаров, конкурентов, тематических сообществ и форумов, электронных и печатных каталогов и справочников, информационных систем и баз данных организации)
способен обосновывать траекторию личностного и профессионального роста, основываясь на методах самоменеджмента и самоорганизации под поставленную задачу	УК ОС-6.6: обосновывает траекторию личностного и профессионального роста, основываясь на методах самоменеджмента и самоорганизации под поставленную задачу

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>УК ОС-7</b>	<b>способность поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</b>	<b>на основе самодиагностики физического состояния отбирает и реализует методы поддержания физического здоровья</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен объяснять важность участия в организованных физкультурно-оздоровительных и спортивных занятиях	УК ОС-7.1: объясняет важность участия в организованных физкультурно-оздоровительных и спортивных занятиях
способен поддерживать и развивать уровень своей физической подготовленности на основе самостоятельного выбора вида физкультурно-спортивной деятельности, исходя из личных и профессиональных целей	УК ОС-7.2: поддерживает и развивает уровень своей физической подготовленности на основе самостоятельного выбора вида физкультурно-спортивной деятельности, исходя из личных и профессиональных целей
способен на основе самодиагностики физического состояния отбирать и реализовывать методы поддержания физического здоровья	УК ОС-7.3: на основе самодиагностики физического состояния отбирает и реализует методы поддержания физического здоровья

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>

<b>УК ОС-8</b>	<b>способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</b>	<b>демонстрирует знание основных алгоритмов поведения в целях предотвращения угроз безопасности жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</b>
----------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен демонстрировать знание основных алгоритмов поведения в целях предотвращения угроз безопасности жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК ОС-8.1: демонстрирует знание основных алгоритмов поведения в целях предотвращения угроз безопасности жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>УК ОС-9</b>	<b>способность использовать основы экономических знаний для принятия экономически обоснованных решений в различных сферах деятельности</b>	<b>использует основы экономических знаний для принятия экономически обоснованных решений в различных сферах деятельности</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
Способен использовать информационные технологии для простейших экономических расчетов	УК ОС-9.1: Использует информационные технологии для простейших экономических расчетов
способен приводить экономическое обоснование принимаемых решений в различных сферах деятельности	УК ОС-9.2: приводит экономическое обоснование принимаемых решений в различных сферах деятельности
способен обосновывать собственную точку зрения по различным аспектам социально-экономической политики государства	УК ОС-9.3: обосновывает собственную точку зрения по различным аспектам социально-экономической политики государства

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>УК ОС-10</b>	<b>способность демонстрировать и формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению</b>	<b>юридически грамотно квалифицирует действие/бездействие как коррупционное и определяет меры, направленные на противодействие коррупционному поведению</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен применять актуальные правовые знания при составлении и заключении договоров на исследования в профессиональной сфере	УК ОС-10.1: применяет актуальные правовые знания при составлении и заключении договоров на исследования в профессиональной сфере

способен обосновывать правовые последствия собственных действий или бездействия	УК ОС-10.2: юридически грамотно квалифицирует действие/бездействие как коррупционное и определяет меры, направленные на противодействие коррупционному поведению
---------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>УК ОС-11</b>	<b>способен идентифицировать проявления экстремизма и участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждение экстремистской, в том числе террористической деятельности.</b>	<b>определяет причины и условия, способствующие осуществлению экстремистской деятельности, в том числе террористической, и предлагает меры, направленные на их профилактику</b>

<b>Компонент освоения компетенции</b>	<b>Промежуточный индикатор освоения компетенции</b>
способен идентифицировать проявления экстремизма	УК ОС-11.1 идентифицирует проявления экстремизма
способен участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждение экстремистской, в том числе террористической деятельности	УК ОС-11.2. участвует в принятии профилактических мер, направленных на предупреждение экстремистской, в том числе террористической деятельности

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>ОПК-1</b>	<b>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</b>	<b>подготавливает контент для публикации медиа, владеет методами структурирования информации, текстов на русском и (или) иностранном языках</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен оценивать актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность; перерабатывать тексты различной тематики (рерайт); осуществлять поисковую оптимизацию и адаптацию тестовых материалов	ОПК-1.1: оценивает актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность; перерабатывает тексты различной тематики (рерайт); осуществляет поисковую оптимизацию и адаптацию тестовых материалов
способен создавать и редактировать тексты на заданную тематику	ОПК-1.2: создает и редактирует тексты на заданную тематику
способен управлять дискуссиями с участниками сообщества	ОПК-1.3: управляет дискуссиями с участниками сообщества
способен подготавливать контент для публикации медиа, овладеть методами структурирования информации, текстов на русском и (или) иностранном языках	ОПК-1.4: подготавливает контент для публикации медиа, владеет методами структурирования информации, текстов на русском и (или) иностранном языках



<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>ОПК-2</b>	<b>способен учитывать тенденции развития отечественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</b>	<b>осуществляет самостоятельный поиск и выбор событий, явлений как материала для публикаций, выделяет специфику и особенности темы, верно определяет основную сюжетную линию освещаемой темы</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен обрабатывать комментарии пользователей, готовить оперативные ответы, анализировать и корректировать ответы, подготовленные представителями организации, вести базы данных и отчеты по обращениям, вопросам, жалобам; анализировать ситуацию на рынке продукции любых СМИ	ОПК-2.1: обрабатывает комментарии пользователей, готовит оперативные ответы, анализирует и корректирует ответы, подготовленные представителями организации, ведет базы данных и отчеты по обращениям, вопросам, жалобам; анализирует ситуацию на рынке продукции любых СМИ
способен представлять продвигаемую продукцию любых СМИ на публичных мероприятиях; организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции любых СМИ, включая благотворительные мероприятия; вести мониторинг изменений на сайте организации, выявлять наиболее значимые обновления; модерировать обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях и совершенствовать процесс модерации	ОПК-2.2: представляет продвигаемую продукцию любых СМИ на публичных мероприятиях; организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции любых СМИ, включая благотворительные мероприятия; ведет мониторинг изменений на сайте организации, выявляет наиболее значимые обновления; модерировать обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях и совершенствует процесс модерации
способен осуществлять самостоятельный поиск и выбор событий, явлений как материала для публикаций, выделять специфику и особенности темы, верно определять основную сюжетную линию освещаемой темы	ОПК-2.3: осуществляет самостоятельный поиск и выбор событий, явлений как материала для публикаций, выделяет специфику и особенности темы, верно определяет основную сюжетную линию освещаемой темы

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>ОПК-3</b>	<b>способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</b>	<b>ориентируется в реалиях российского и зарубежного медиарынков, владеет основными (базовыми) принципами разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методами ее анализа и коррекции, выстраивает алгоритмы работы с учетом современных практик</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен выявлять потенциальные источники информации (среди сайтов производителей и основных дистрибьюторов товаров, конкурентов, тематических сообществ и форумов, электронных и печатных каталогов и справочников, информационных систем и баз данных организации)	ОПК-3.1: выявляет потенциальные источники информации (среди сайтов производителей и основных дистрибьюторов товаров, конкурентов, тематических сообществ и форумов, электронных и печатных каталогов и справочников, информационных систем и баз данных организации)

данных организации)	
способен оценивать оригинальность идеи нового продукта, писать информационные материалы для сайтов, адаптировать текстовые материалы для внутренней поисковой оптимизации; формировать рекомендации для создания промороликов	ОПК-3.2: оценивает оригинальность идеи нового продукта, пишет информационные материалы для сайтов, адаптирует текстовые материалы для внутренней поисковой оптимизации; формирует рекомендации для создания промороликов
способен ориентироваться в реалиях российского и зарубежного медиарынков, овладеть основными (базовыми) принципами разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методами ее анализа и коррекции, выстраивать алгоритмы работы с учетом современных практик	ОПК-3.3: ориентируется в реалиях российского и зарубежного медиарынков, владеет основными (базовыми) принципами разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методами ее анализа и коррекции, выстраивает алгоритмы работы с учетом современных практик

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>ОПК-4</b>	<b>способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</b>	<b>отбирает темы публикаций в соответствии с параметрами целевых аудиторий, релевантных профессиональной деятельности, выстраивает коммуникацию с авторами в рамках осуществления профессиональной деятельности в современных СМИ</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен искать и отбирать организации, осуществляющие маркетинговые исследования, проводящие социологические опросы, предоставление информации и оказывающие иные услуги, необходимые для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия; согласовывать маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом	ОПК-4.1: ищет и отбирает организации, осуществляющие маркетинговые исследования, проводящие социологические опросы, предоставление информации и оказывающие иные услуги, необходимые для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия; согласует маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом
способен разрабатывать план и систему показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ; оценивать эффективность результатов продвижения продукции СМИ	ОПК-4.2: разрабатывает план и систему показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ; оценивает эффективность результатов продвижения продукции СМИ
способен отбирать темы публикаций в соответствии с параметрами целевых аудиторий, релевантных профессиональной деятельности, выстраивать коммуникацию с авторами в рамках осуществления профессиональной деятельности в современных СМИ	ОПК-4.3: отбирает темы публикаций в соответствии с параметрами целевых аудиторий, релевантных профессиональной деятельности, выстраивает коммуникацию с авторами в рамках осуществления профессиональной деятельности в современных СМИ

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>ОПК-5</b>	<b>способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем</b>	<b>проводит анализ ситуации, управленческих решений, актуальность тем для материалов с учетом специфики различных видов</b>

	<b>региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</b>	<b>печатных изданий, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, самостоятельно взаимодействует с участниками коммуникационного процесса</b>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен составлять и заключать договор на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; контролировать выполнение договора, принимать результаты маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ и продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах; анализировать эффективность продвижения продукции СМИ	ОПК-5.1: составляет и заключает договор на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; контролирует выполнение договора, принимает результаты маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ и продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах; анализирует эффективность продвижения продукции СМИ
способен проводить анализ ситуации, управленческих решений, актуальность тем для материалов с учетом специфики различных видов печатных изданий, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, самостоятельно взаимодействовать с участниками коммуникационного процесса	ОПК-5.2: проводит анализ ситуации, управленческих решений, актуальность тем для материалов с учетом специфики различных видов печатных изданий, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, самостоятельно взаимодействует с участниками коммуникационного процесса

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>ОПК-6</b>	<b>способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</b>	<b>Использует необходимые информационно-реферативные системы, а также средства визуализации основных результатов собственной деятельности</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен редактировать информацию на сайте	ОПК-6.1: редактирует информацию на сайте
способен контролировать качество отображения текстов	ОПК-6.2: контролирует качество отображения текстов
способен редактировать текст и корректировать отображение веб-страниц	ОПК-6.3: редактирует текст и корректирует отображение веб-страниц
способен выбирать информационные технологии и программное обеспечение	ОПК-6.4: Выбирает информационные технологии и программное обеспечение
способен осуществлять поисковую оптимизацию и адаптацию тестовых материалов	ОПК-6.5: осуществляет поисковую оптимизацию и адаптацию тестовых материалов
способен использовать необходимые информационно-реферативные системы, а также средства визуализации основных результатов собственной деятельности	ОПК-6.6: Использует необходимые информационно-реферативные системы, а также средства визуализации основных результатов собственной деятельности

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>ОПК-7</b>	<b>способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</b>	<b>проводит анализ социологических и маркетинговых исследований с учетом правовых норм и учетом общественного мнения</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен разрабатывать предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ; согласовывать тематику нового продукта с руководством; контролировать сроки выполнения работ по подготовке сценарного материала; представлять проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации; принимать результаты маркетингового исследования, социологического опроса	ОПК-7.1: разрабатывает предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ; согласует тематику нового продукта с руководством; контролирует сроки выполнения работ по подготовке сценарного материала; представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации; принимает результаты маркетингового исследования, социологического опроса
способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	ОПК-7.2: организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия
способен проводить анализ социологических и маркетинговых исследований с учетом правовых норм и учетом общественного мнения	ОПК-7.3: проводит анализ социологических и маркетинговых исследований с учетом правовых норм и учетом общественного мнения

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>ПК-1</b>	<b>способен разработать и (или) оценить формат и тематику материала для нового продукта любых СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций</b>	<b>определяет формат, тематику и оценивает материал для нового продукта</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен оценивать оригинальность идеи, художественную ценность и востребованность нового продукта	ПК-1.1: оценивает оригинальность идеи, художественную ценность и востребованность нового продукта
способен определять тему и основное содержание нового продукта и новостного блока	ПК-1.2: определяет тему и основное содержание нового продукта и новостного блока
способен находить материал для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	ПК-1.3: находит материал для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации
способен составлять тексты на заданную тематику в рамках профессиональной деятельности, а также применять навыки организации и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий различной направленности в государственных и негосударственных организациях	ПК-1.4: составляет тексты на заданную тематику в рамках профессиональной деятельности, а также применяет навыки организации и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий различной направленности в государственных и негосударственных организациях
способен создавать информационные материалы для сайта; писать статьи, обзоры и другие тексты	ПК-1.5: создает информационные материалы для сайта;

на заданную тематику (копирайтинг) и перерабатывать тексты различной тематики (рерайт)	и пишет статьи, обзоры и другие тексты на заданную тематику (копирайтинг) и перерабатывает тексты различной тематики (рерайт)
способен осуществлять мониторинг новостных лент, форумов, социальных сетей, рассылок; создавать сценарный материал для нового продукта; формировать требования к создаваемому сценарному материалу и инициировать творческие идеи для создания новых продуктов	ПК-1.6: осуществляет мониторинг новостных лент, форумов, социальных сетей, рассылок; создает сценарный материал для нового продукта; формирует требования к создаваемому сценарному материалу и инициирует творческие идеи для создания новых продуктов
способен определять формат, тематику и оценивать материал для нового продукта	ПК-1.7: определяет формат, тематику и оценивает материал для нового продукта

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>ПК-2</b>	<b>способен организовать продвижение готовых медийных продуктов и продуктов на этапе создания в интересах государственных и негосударственных организаций</b>	<b>разрабатывает маркетинговую стратегию для продукции любого СМИ, составляет план мероприятий по продвижению продукции любых СМИ, согласует маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен извлекать недостающую графическую и (или) текстовую информацию, подбирать графические иллюстрации на веб-страницы для повышения конверсии; осуществлять мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации	ПК-2.1: извлекает недостающую графическую и (или) текстовую информацию, подбирает графические иллюстрации на веб-страницы для повышения конверсии; осуществляет мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации
способен размещать новости и настраивать их отображение на сайте и в социальных сетях, контролировать правильность работы RSS-каналов и механизмов кросспотинга	ПК-2.2: размещает новости и настраивает их отображение на сайте и в социальных сетях, контролирует правильность работы RSS-каналов и механизмов кросспотинга
способен разрабатывать маркетинговую стратегию для продукции любого СМИ, составлять план мероприятий по продвижению продукции любых СМИ, согласовывать маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом	ПК-2.3: разрабатывает маркетинговую стратегию для продукции любого СМИ, составляет план мероприятий по продвижению продукции любых СМИ, согласует маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>ПК-3</b>	<b>способен организовать распространение и реализацию продукции любых СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций</b>	<b>разрабатывает маркетинговую стратегию и организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции любых СМИ</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен выбирать маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителей	ПК-3.1: выбирает маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителей необходимой

необходимой информации	информации
способен организовывать представление продвигаемой продукции на публичных мероприятиях и проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции, включая благотворительные мероприятия	ПК-3.2: организует представление продвигаемой продукции на публичных мероприятиях и проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции, включая благотворительные мероприятия
способен осуществлять поиск статистической и аналитической информации, характеризующей информацию на рынке продукции любых СМИ; анализировать на основании имеющихся данных ситуацию на рынке продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции любых СМИ	ПК-3.3: осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей информацию на рынке продукции любых СМИ; анализирует на основании имеющихся данных ситуацию на рынке продукции СМИ; определяет целевую аудиторию потребителей продукции любых СМИ
способен разрабатывать концепцию продвижения продукции любых СМИ, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, выбирать маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителей необходимой информации; разрабатывать и обосновывать проект ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию любых СМИ, формировать проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции любых СМИ	ПК-3.4: разрабатывает концепцию продвижения продукции любых СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, выбирает маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителей необходимой информации; разрабатывает и обосновывает проект ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию любых СМИ, формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции любых СМИ
способен представлять проект управленческих решений по продвижению продукции любых СМИ руководству организации	ПК-3.5: представляет проект управленческих решений по продвижению продукции любых СМИ руководству организации
способен разрабатывать маркетинговую стратегию и организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции любых СМИ	ПК-3.6: разрабатывает маркетинговую стратегию и организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции любых СМИ

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>ПК-4</b>	<b>способен разработать маркетинговую стратегию для продукции любых СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций</b>	<b>ведет новостные ленты и представительства в социальных сетях при продвижении услуг государственных и негосударственных организаций</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен выбирать маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителей необходимой информации	ПК-4.1: выбирает маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителей необходимой информации
способен разрабатывать концепцию продвижения продукции любых СМИ, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии; выбирать маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителей необходимой информации	ПК-4.2: разрабатывает концепцию продвижения продукции любых СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии; выбирает маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителей необходимой информации
способен формировать проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции любых СМИ; разрабатывать план мероприятий по продвижению продукции любых СМИ	ПК-4.3: формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции любых СМИ; разрабатывает план мероприятий по продвижению продукции любых СМИ

способен согласовывать маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом; представлять проекты управленческих решений по продвижению продукции любых СМИ руководству организации	ПК-4.4: согласует маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом; представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции любых СМИ руководству организации
способен вести новостные ленты и представительства в социальных сетях при продвижении услуг государственных и негосударственных организаций	ПК-4.5: ведет новостные ленты и представительства в социальных сетях при продвижении услуг государственных и негосударственных организаций

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>ПК-5</b>	<b>способен проконтролировать продвижение продукции любых СМИ и оценить эффективность результатов продвижения продукции в интересах государственных и негосударственных организаций</b>	<b>организует продвижение готовых продуктов и продуктов на этапе создания</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен разрабатывать систему показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции любых СМИ; организовать сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции любых СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции	ПК-5.1: разрабатывает систему показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции любых СМИ; организует сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции любых СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции
способен анализировать эффективность продвижения продукции любых СМИ; разрабатывать предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции любых СМИ	ПК-5.2: анализирует эффективность продвижения продукции любых СМИ; разрабатывает предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции любых СМИ
способен организовать продвижение готовых продуктов и продуктов на этапе создания	ПК-5.3: организует продвижение готовых продуктов и продуктов на этапе создания

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевой индикатор компетенции</i>
<b>ПК-6</b>	<b>способен организовать внутренние и внешние коммуникации и управлять ими в интересах государственных и негосударственных организаций</b>	<b>модерирует обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях</b>

<i>Компонент освоения компетенции</i>	<i>Промежуточный индикатор освоения компонента</i>
способен находить идеи / материал для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации; определять тему и основное содержание нового продукта	ПК-6.1: находит идеи / материал для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации; определяет тему и основное содержание нового продукта
способен вести переговоры (переписку) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала; вести переговоры с представителями телеканалов / радиостанций для согласования сетки вещания; оценивать качество сценарного материала, в случае	ПК-6.2: ведет переговоры (переписку) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала; ведет переговоры с представителями телеканалов / радиостанций для согласования сетки вещания; оценивает качество сценарного материала, в случае необходимости

необходимости формулировать требования по доработке и внесению необходимых изменений; вести базы данных и отчетов по обращениям, вопросам, жалобам; снижать негативные реакции, поддерживать дружелюбную тональность в комментариях к официальным сообщениям организации; управлять дискуссиями с участниками сообщества	формулирует требования по доработке и внесению необходимых изменений; ведет базы данных и отчетов по обращениям, вопросам, жалобам; снижает негативные реакции, поддерживает дружелюбную тональность в комментариях к официальным сообщениям организации; управляет дискуссиями с участниками сообщества
способен определять тему и основное содержание нового продукта; оценивать оригинальность идеи и актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованности; определять целевую аудиторию нового продукта; инициировать творческие идеи для создания новых продуктов	ПК-6.3: определяет тему и основное содержание нового продукта; оценивает оригинальность идеи и актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованности; определяет целевую аудиторию нового продукта; инициирует творческие идеи для создания новых продуктов
способен согласовывать тематику нового продукта с руководством; формировать требования к создаваемому сценарному материалу; контролировать сроки выполнения работ по подготовке сценарного материала; организовывать рекламную кампанию совместно с подразделением маркетинга; обрабатывать комментарии пользователей и готовить оперативный ответ или анализировать и корректировать ответы, подготовленные представителями организации	ПК-6.4: согласует тематику нового продукта с руководством; формирует требования к создаваемому сценарному материалу; контролирует сроки выполнения работ по подготовке сценарного материала; организует рекламную кампанию совместно с подразделением маркетинга; обрабатывает комментарии пользователей и готовит оперативный ответ или анализирует и корректирует ответы, подготовленные представителями организации
способен модерировать обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях	ПК-6.5: модерировать обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях

### СХЕМА ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Код дисциплины	Наименование дисциплины, практики	1 курс		2 курс		3 курс		4 курс	
		1	2	3	4	5	6	7	8
<b>УК ОС-1: способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции</b>									
УК ОС-1.1: осуществляет поиск статистической и аналитической информации по разным источникам, а также определяет степень достоверности информации и важность значимого события; инициирует творческие идеи для создания новых продуктов									
<i>Б1.О.22.01</i>	<i>История России</i>	3							
<i>Б1.О.22.02</i>	<i>Всеобщая история</i>		30						
<i>ФТД.В.01</i>	<i>Основы информационной компетентности</i>	3							
УК ОС-1.2: определяет идею, материал для нового продукта по результатам российских и зарубежных источников информации									
<i>Б1.О.12</i>	<i>Политология</i>		30						
<i>Б1.О.22.02</i>	<i>Всеобщая история</i>		30						
УК ОС-1.3: осуществляет аналитическую обработку любой информации по разным источникам, а также определяет степень достоверности информации и важность значимого события									
<i>Б1.О.01</i>	<i>Философия</i>					3			
УК ОС-1.4: формулирует собственную гражданскую и мировоззренческую позицию с опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, явлений и событий									
<i>Б1.О.21</i>	<i>Маркетинговые исследования и ситуационный анализ</i>							Э	
<b>УК ОС-2: способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений</b>									
УК ОС-2.1: анализирует на основании имеющихся данных ситуацию на рынке продукции СМИ									
<i>Б1.О.17</i>	<i>Введение в профессию (1 семестр)</i>	30							
<i>Б1.В.ДВ.08.0</i>	<i>Цифровое общество и управление</i>	3							



1	цифровой репутацией								
Б1.В.ДВ.08.0 2	Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты	3							
УК ОС-2.2: представляет проект по продвижению продукции любых СМИ; формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции любых СМИ									
Б1.О.06	Основы математических знаний		30						
Б1.О.17	Введение в профессию (2 семестр)		Э						
УК ОС-2.3: разрабатывает и обосновывает проект ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию любых СМИ									
Б1.О.05	Экономика			30					
УК ОС-2.4: представляет и защищает самостоятельно разработанный проект любого типа, включая исследовательскую работу, с обоснованием ресурсов и ограничений при его разработке и реализации									
Б1.О.16	Введение в медиапланирование						30		
<b>УК ОС-3: способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе</b>									
УК ОС-3.1: организует сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции; находит и отбирает организации для проведения социологического опроса; определяет целевую аудиторию нового продукта									
Б1.О.04	Социология	3							
Б1.О.17	Введение в профессию (1 семестр)	30							
УК ОС-3.2: организует и проводит рекламную кампанию совместно с подразделением маркетинга; умеет снижать негативные реакции, поддерживать дружелюбную тональность в комментариях к официальным сообщениям организации; управляет несколькими сообществами в социальных сетях									
Б1.О.17	Введение в профессию (2 семестр)		Э						
УК ОС-3.3: обосновывает адекватность распределения ролей в рамках выполнения командной задачи и собственную ролевую позицию									
Б1.О.03	Психология				3				
Б1.О.08	Основы менеджмента				30				
<b>УК ОС-4: способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках</b>									
УК ОС-4.1: осуществляет устную и письменную коммуникацию на иностранном языке; осуществляет мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации									
Б1.О.02	Иностранный язык (1 семестр)		Э						
УК ОС-4.2: модерирует сообщения и комментарии пользователей; обрабатывает информацию о новых товарах и услугах, другие материалы для актуализации (пополнения) сайта новыми сведениями; определяет необходимость редакторской и корректорской обработки текста									
Б1.О.02	Иностранный язык (2 семестр)		3						
Б1.О.11	Основы редактирования и копирайтинг (2 семестр)		3						
УК ОС-4.3: работает с текстами различной тематики (рерайт и копирайтинг)									
Б1.О.02	Иностранный язык (3 семестр)				30				
Б1.О.11	Основы редактирования и копирайтинг (3 семестр)				Э				
Б1.О.24.01	Основы теории коммуникации (3 семестр)			3					
УК ОС-4.4: контролирует качество текстов и их отображения; адаптирует текстовые материалы для внутренней поисковой оптимизации									
Б1.О.02	Иностранный язык (4 семестр)				Э				
Б1.В.24	Теории коммуникации					Э			
Б1.О.24.01	Основы теории коммуникации (4 семестр)				30				
УК ОС-4.5: осуществляет деловую коммуникацию в профессиональной сфере на иностранном и русском языке; находит свежие идеи и материал для нового продукта по результатам анализа зарубежных источников информации									

Б1.О.02	Иностранный язык (5 семестр)					3			
Б1.О.24.02	Теория и практика массовой коммуникации					Э			
УК ОС-4.6: соблюдает требования к языку и форме делового общения в зависимости от решаемой коммуникативной задачи									
Б1.О.02	Иностранный язык (6 семестр)						Э		
<b>УК ОС-5: способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества</b>									
УК ОС-5.1: оценивает актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность с учетом этнических и религиозных особенностей целевой аудитории									
Б1.О.04	Социология	3							
Б1.О.22.01	История России	3							
УК ОС-5.2: готовит предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, для корректировки стратегии продвижения любых СМИ, а также формирует требования к создаваемому сценарному материалу с учетом социально-исторического, этического и философского контекста									
Б1.О.15	История искусства и дизайна		Э						
Б1.О.22.02	Всеобщая история		30						
Б1.О.26	Основы российской государственности	3							
УК ОС-5.3: оценивает актуальность нового продукта, его востребованность									
Б1.О.03	Психология					3			
УК ОС-5.4: проявляет гибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и физических ограничений									
Б1.О.18	Культурология							3	
<b>УК ОС-6: способность выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</b>									
УК ОС-6.1: самостоятельно актуализирует и расширяет знания по тематике информационных ресурсов									
Б1.О.25	Цифровые технологии (2 семестр)		3						
УК ОС-6.2: самостоятельно собирает и обрабатывает материалы для электронных рассылок									
Б1.О.25	Цифровые технологии (3 семестр)			Э					
УК ОС-6.3: самостоятельно оптимизирует и адаптирует текстовые материалы									
Б1.О.03	Психология					3			
Б1.О.23	Интернет-технологии в рекламе (4 семестр)					3			
УК ОС-6.4: на основе современных информационно-коммуникационных технологий самостоятельно настраивает параметры форума и управляет характеристиками постоянных пользователей; размещает новости на сайте и в социальных сетях, контролирует правильность работы RSS-каналов и механизмов кросспостинга									
Б1.О.23	Интернет-технологии в рекламе (5 семестр)						3		
УК ОС-6.5: выявляет потенциальные источники информации (среди сайтов производителей и основных дистрибьюторов товаров, конкурентов, тематических сообществ и форумов, электронных и печатных каталогов и справочников, информационных систем и баз данных организации)									
Б1.О.23	Интернет-технологии в рекламе (6 семестр)							Э	
УК ОС-6.6: обосновывает траекторию личностного и профессионального роста, основываясь на методах самоменеджмента и самоорганизации под поставленную задачу									
Б1.О.23	Интернет-технологии в рекламе (6 семестр)							Э	
<b>УК ОС-7: способность поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</b>									
УК ОС-7.1: объясняет важность участия в организованных физкультурно-оздоровительных и спортивных занятиях									
Б1.О.14	Физическая культура и спорт	3	3						

УК ОС-7.2: поддерживает и развивает уровень своей физической подготовленности на основе самостоятельного выбора вида физкультурно-спортивной деятельности, исходя из личных и профессиональных целей									
Б1.В.16	Элективные курсы по физической культуре: Легкая атлетика; Фитнес; Спортивные игры (3-4 семестры)			3	3				
УК ОС-7.3: на основе самодиагностики физического состояния отбирает и реализует методы поддержания физического здоровья									
Б1.В.16	Элективные курсы по физической культуре: Легкая атлетика; Фитнес; Спортивные игры (5-6 семестры)					3	3		
<b>УК ОС-8: способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций</b>									
УК ОС-8.1: демонстрирует знание основных алгоритмов поведения в целях предотвращения и в условиях чрезвычайных ситуаций, в том числе оказания доврачебной медицинской помощи									
Б1.О.13	Безопасность жизнедеятельности	3							
<b>УК ОС-9: способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</b>									
УК ОС-9.1: осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей информацию на рынке продукции СМИ									
Б1.В.ДВ.08.0 1	Цифровое общество и управление цифровой репутацией	3							
Б1.В.ДВ.08.0 2	Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты	3							
УК ОС-9.2: анализирует на основании экономических показателей ситуацию на рынке продукции СМИ									
Б1.О.10	Основы маркетинга		30						
УК ОС-9.3: обосновывает собственную точку зрения по различным аспектам социально-экономической политики государства									
Б1.О.05	Экономика			30					
<b>УК ОС-10: способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности</b>									
УК ОС-10.1: применяет актуальные правовые знания при составлении и заключении договоров на исследования в профессиональной сфере									
Б1.О.12	Политология		30						
УК ОС-10.2: обосновывает правовые последствия собственных действий или бездействия									
Б1.О.09	Правовое регулирование массовых коммуникаций					Э			
<b>УК ОС-11: Способен идентифицировать проявления экстремизма и участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждении экстремисткой, в том числе террористической деятельности</b>									
УК ОС-11.1: Идентифицирует проявления экстремизма и участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждении экстремисткой, в том числе террористической деятельности									
Б1.О.27	Основы национальной безопасности					3			
УК ОС-11.2: Участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждение экстремисткой, в том числе террористической деятельности									
Б1.О.27	Основы национальной безопасности					3			
<b>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</b>									
ОПК-1.1: оценивает актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность; перерабатывает тексты различной тематики (рерайт); осуществляет поисковую оптимизацию и адаптацию тестовых материалов									
Б1.О.11	Основы редактирования и копирайтинг (2		3						

	<i>семестр)</i>								
<i>Б1.О.15</i>	<i>История искусства и дизайна</i>		Э						
<b>ОПК-1.2: создает и редактирует тексты на заданную тематику</b>									
<i>Б1.О.11</i>	<i>Основы редактирования и копирайтинг (3 семестр)</i>			Э					
<i>Б1.О.24.01</i>	<i>Основы теории коммуникации (3 семестр)</i>			3					
<b>ОПК-1.3: управляет дискуссиями с участниками сообщества</b>									
<i>Б1.О.24.01</i>	<i>Основы теории коммуникации (4 семестр)</i>				30				
<b>ОПК-1.4: подготавливает контент для публикации медиа, владеет методами структурирования информации, текстов на русском и (или) иностранном языках</b>									
<i>Б1.О.24.02</i>	<i>Теория и практика массовой коммуникации</i>					Э			
<b>ОПК-2: способен учитывать тенденции развития отечественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</b>									
<b>ОПК-2.1: обрабатывает комментарии пользователей, готовит оперативные ответы, анализирует и корректирует ответы, подготовленные представителями организации, ведет базы данных и отчеты по обращениям, вопросам, жалобам; анализирует ситуацию на рынке продукции любых СМИ</b>									
<i>Б1.О.19</i>	<i>История рекламы</i>		3						
<b>ОПК-2.2: представляет продвигаемую продукцию любых СМИ на публичных мероприятиях; организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции любых СМИ, включая благотворительные мероприятия; ведет мониторинг изменений на сайте организации, выявляет наиболее значимые обновления; модерировать обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях и совершенствует процесс модерации</b>									
<i>Б1.О.12</i>	<i>Политология</i>			30					
<i>Б1.О.20</i>	<i>Социология массовых коммуникаций</i>				3				
<b>ОПК-2.3: осуществляет самостоятельный поиск и выбор событий, явлений как материала для публикаций, выделяет специфику и особенности темы, верно определяет основную сюжетную линию освещаемой темы</b>									
<i>Б1.О.09</i>	<i>Правовое регулирование массовых коммуникаций</i>					Э			
<b>ОПК-3: способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</b>									
<b>ОПК-3.1: выявляет потенциальные источники информации (среди сайтов производителей и основных дистрибьюторов товаров, конкурентов, тематических сообществ и форумов, электронных и печатных каталогов и справочников, информационных систем и баз данных организации)</b>									
<i>Б1.О.19</i>	<i>История рекламы</i>		3						
<b>ОПК-3.2: оценивает оригинальность идеи нового продукта, пишет информационные материалы для сайтов, адаптирует текстовые материалы для внутренней поисковой оптимизации; формирует рекомендации для создания промороликов</b>									
<i>Б1.О.15</i>	<i>История искусства и дизайна</i>			Э					
<b>ОПК-3.3: ориентируется в реалиях российского и зарубежного медиарынков, владеет основными (базовыми) принципами разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методами ее анализа и коррекции, выстраивает алгоритмы работы с учетом современных практик</b>									
<i>Б1.О.18</i>	<i>Культурология</i>							3	
<b>ОПК-4: способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</b>									
<b>ОПК-4.1: ищет и отбирает организации, осуществляющие маркетинговые исследования, проводящие социологические опросы, предоставление информации и оказывающие иные услуги, необходимые для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия; согласует маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом</b>									
<i>Б1.О.10</i>	<i>Основы маркетинга</i>			30					

ОПК-4.2: разрабатывает план и систему показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ; оценивает эффективность результатов продвижения продукции СМИ									
Б1.О.08	Основы менеджмента					30			
ОПК-4.3: отбирает темы публикаций в соответствии с параметрами целевых аудиторий, релевантных профессиональной деятельности, выстраивает коммуникацию с авторами в рамках осуществления профессиональной деятельности в современных СМИ									
Б1.О.21	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ						Э		
<b>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</b>									
ОПК-5.1: составляет и заключает договор на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; контролирует выполнение договора, принимает результаты маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ и продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах; анализирует эффективность продвижения продукции СМИ									
Б1.О.09	Правовое регулирование массовых коммуникаций						Э		
ОПК-5.2: проводит анализ ситуации, управленческих решений, актуальность тем для материалов с учетом специфики различных видов печатных изданий, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования самостоятельно взаимодействует с участниками коммуникационного процесса									
Б1.О.16	Введение в медиапланирование						30		
Б1.О.21	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ						Э		
<b>ОПК-6: способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</b>									
ОПК-6.1: редактирует информацию на сайте									
Б1.О.25	Цифровые технологии (2 семестр)			3					
ОПК-6.2: контролирует качество отображения текстов									
Б1.О.25	Цифровые технологии (3 семестр)						Э		
ОПК-6.3: редактирует текст и корректирует отображение веб-страниц									
Б1.О.23	Интернет-технологии в рекламе (4 семестр)					3			
ОПК-6.4: расширяет знания по тематике информационных ресурсов									
Б1.О.23	Интернет-технологии в рекламе (5 семестр)						3		
ОПК-6.5: осуществляет поисковую оптимизацию и адаптацию тестовых материалов									
Б1.О.23	Интернет-технологии в рекламе (6 семестр)						Э		
ОПК-6.6: использует программы ИКТ для редактирования и верстки информации, самостоятельно проводит фото-, видео-, аудиодокументирование освещаемого события, участвует в работе съемочной группы									
Б1.О.23	Интернет-технологии в рекламе (6 семестр)						Э		
<b>ОПК-7: способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</b>									
ОПК-7.1: разрабатывает предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ; согласует тематику нового продукта с руководством; контролирует сроки выполнения работ по подготовке сценарного материала; представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации; принимает результаты маркетингового исследования, социологического опроса									

<i>Б1.О.20</i>	<i>Социология массовых коммуникаций</i>				3				
ОПК-7.2: организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия									
<i>Б1.О.07</i>	<i>Психология массовых коммуникаций</i>				3				
ОПК-7.3: проводит анализ социологических и маркетинговых исследований с учетом правовых норм и учетом общественного мнения									
<i>Б1.О.21</i>	<i>Маркетинговые исследования и ситуационный анализ</i>						Э		
<b>ПК-1: способен разработать и (или) оценить формат и тематику материала для нового продукта любых СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций</b>									
ПК-1.1: оценивает оригинальность идеи, художественную ценность и востребованность нового продукта									
<i>Б1.В.01</i>	<i>Великие книги</i>	Э							
<i>Б1.В.ДВ.07.0 1</i>	<i>Русский язык и культура речи (1 семестр)</i>	Э							
<i>Б1.В.ДВ.07.0 1</i>	<i>Стилистика (1 семестр)</i>	Э							
ПК-1.2: определяет тему и основное содержание нового продукта и новостного блока									
<i>Б1.В.ДВ.07.0 1</i>	<i>Русский язык и культура речи (2 семестр)</i>		Э						
<i>Б1.В.ДВ.07.0 1</i>	<i>Стилистика (2 семестр)</i>		Э						
ПК-1.3: находит материал для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации									
<i>Б1.В.13</i>	<i>Логика</i>				3				
<i>Б2.В.01(У)</i>	<i>Профессионально-ознакомительная практика (3 семестр)</i>				30				
ПК-1.4: составляет тексты на заданную тематику в рамках профессиональной деятельности, а также применяет навыки организации и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий различной направленности в государственных и негосударственных организациях									
<i>Б2.В.01(У)</i>	<i>Профессионально-ознакомительная практика (4 семестр)</i>				30				
ПК-1.5: создает информационные материалы для сайта; пишет статьи, обзоры и другие тексты на заданную тематику (копирайтинг) и перерабатывает тексты различной тематики (рерайт)									
<i>Б1.В.05</i>	<i>Работа с текстами в системе медиакоммуникаций</i>						Э		
ПК-1.6: осуществляет мониторинг новостных лент, форумов, социальных сетей, рассылок; создает сценарный материал для нового продукта; формирует требования к создаваемому сценарному материалу и инициирует творческие идеи для создания новых продуктов									
<i>Б1.В.04</i>	<i>Теория и практика информационного повода</i>							30	
ПК-1.7: определяет формат, тематику и оценивает материал для нового продукта									
<i>Б2.В.03(Пд)</i>	<i>Преддипломная практика</i>								30
<b>ПК-2: способен организовать продвижение готовых медийных продуктов и продуктов на этапе создания в интересах государственных и негосударственных организаций</b>									
ПК-2.1: извлекает недостающую графическую и (или) текстовую информацию, подбирает графические иллюстрации на веб-страницы для повышения конверсии; осуществляет мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации									
<i>Б1.В.02</i>	<i>Семиотика медийного текста</i>				Э				
<i>Б1.В.ДВ.06.0 1</i>	<i>Связи с общественностью в органах государственного и муниципального управления</i>				Э				
<i>Б1.В.ДВ.06.0 2</i>	<i>Связи с общественностью в "электронном государстве"</i>				Э				

ПК-2.2: размещает новости и настраивает их отображение на сайте и в социальных сетях, контролирует правильность работы RSS-каналов и механизмов кроссспотинга									
Б1.В.ДВ.02.0 1	Дизайн в системе массовых коммуникаций							Э	
Б1.В.ДВ.02.0 2	Выпуск медийного продукта							Э	
ПК-2.3: разрабатывает маркетинговую стратегию для продукции любого СМИ, составляет план мероприятий по продвижению продукции любых СМИ, согласует маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом									
Б2.В.03(Пд)	Преддипломная практика								30
<b>ПК-3: способен организовать распространение и реализацию продукции любых СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций</b>									
ПК-3.1: выбирает маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителей необходимой информации									
Б1.В.03	Внемедийные коммуникации (3 семестр)					Э			
ПК-3.2: организует представление продвигаемой продукции на публичных мероприятиях и проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции, включая благотворительные мероприятия									
Б1.В.03	Внемедийные коммуникации (4 семестр)					Э			
Б1.В.ДВ.01.0 1	Реклама и связи с общественностью в избирательных кампаниях					Э			
Б1.В.ДВ.01.0 2	Реклама и связи с общественностью в политике					Э			
Б2.В.02(П)	Профессионально-творческая практика (4 семестр)					30			
ПК-3.3: осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей информацию на рынке продукции любых СМИ; анализирует на основании имеющихся данных ситуацию на рынке продукции СМИ; определяет целевую аудиторию потребителей продукции любых СМИ									
Б2.В.02(П)	Профессионально-творческая практика (5 семестр)					30			
ПК-3.4: разрабатывает концепцию продвижения продукции любых СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, выбирает маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителей необходимой информации; разрабатывает и обосновывает проект ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию любых СМИ, формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции любых СМИ									
Б1.В.09	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях (6 семестр)							3	
ПК-3.5: представляет проект управленческих решений по продвижению продукции любых СМИ руководству организации									
Б1.В.09	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях (7 семестр)							Э	
Б2.В.02(П)	Профессионально-творческая практика (7 семестр)							30	
ПК-3.6: разрабатывает маркетинговую стратегию и организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции любых СМИ									
Б2.В.03(Пд)	Преддипломная практика								30
<b>ПК-4: способен разработать маркетинговую стратегию для продукции любых СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций</b>									
ПК-4.1: выбирает маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителей необходимой информации									
Б2.В.02(П)	Профессионально-творческая практика (4 семестр)					30			
ПК-4.2: разрабатывает концепцию продвижения продукции любых СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии; выбирает маркетинговые технологии и инструменты для донесения до									

потребителей необходимой информации									
<i>Б2.В.02(П)</i>	<i>Профессионально-творческая практика (5 семестр)</i>							30	
ПК-4.3: формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции любых СМИ; разрабатывает план мероприятий по продвижению продукции любых СМИ									
<i>Б1.В.08</i>	<i>Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью</i>							Э	
<i>Б1.В.15</i>	<i>Продакт плейсмент и киномерчендайзинг</i>							30	
ПК-4.4: согласует маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом; представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции любых СМИ руководству организации									
<i>Б1.В.10</i>	<i>Технологии управления общественным мнением</i>							30	
<i>Б1.В.14</i>	<i>Основы интегрированных коммуникаций</i>							Э	
<i>Б2.В.02(П)</i>	<i>Профессионально-творческая практика (7 семестр)</i>							30	
ПК-4.5: ведет новостные ленты и представительства в социальных сетях при продвижении услуг государственных и негосударственных организаций									
<i>Б1.В.ДВ.05.0 1</i>	<i>Тренды в бизнес-коммуникациях</i>								30
<i>Б1.В.ДВ.05.0 2</i>	<i>Репутационный менеджмент</i>								30
<i>Б2.В.03(Пд)</i>	<i>Преддипломная практика</i>								30
<b>ПК-5: способен проконтролировать продвижение продукции любых СМИ и оценить эффективность результатов продвижения продукции в интересах государственных и негосударственных организаций</b>									
ПК-5.1: разрабатывает систему показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции любых СМИ; организует сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции любых СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции									
<i>Б1.В.08</i>	<i>Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью</i>							Э	
ПК-5.2: анализирует эффективность продвижения продукции любых СМИ; разрабатывает предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции любых СМИ									
<i>Б1.В.11</i>	<i>Управление проектами в рекламе и связях с общественностью</i>							Э	
ПК-5.3: организует продвижение готовых продуктов и продуктов на этапе создания									
<i>Б1.В.ДВ.04.0 1</i>	<i>Консалтинг и коучинг в рекламе и связях с общественностью</i>								30
<i>Б1.В.ДВ.04.0 2</i>	<i>Краудсорсинг в рекламе и связях с общественностью</i>								30
<i>Б2.В.03(Пд)</i>	<i>Преддипломная практика</i>								30
<b>ПК-6: способен организовать внутренние и внешние коммуникации и управлять ими в интересах государственных и негосударственных организаций</b>									
ПК-6.1: находит идеи / материал для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации; определяет тему и основное содержание нового продукта									
<i>Б2.В.02(П)</i>	<i>Профессионально-творческая практика (4 семестр)</i>							30	
ПК-6.2: ведет переговоры (переписку) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала; ведет переговоры с представителями телеканалов / радиостанций для согласования сетки вещания; оценивает качество сценарного материала, в случае необходимости формулирует требования по доработке и внесению необходимых изменений; ведет базы данных и отчетов по обращениям, вопросам, жалобам; снижает негативные реакции, поддерживает									



дружелюбную тональность в комментариях к официальным сообщениям организации; управляет дискуссиями с участниками сообщества									
<i>Б1.В.06</i>	<i>Ораторское искусство и теория аргументации (5 семестр)</i>						3		
<i>Б1.В.ДВ.03.0 1</i>	<i>Деловые отношения и делопроизводство</i>						Э		
<i>Б1.В.ДВ.03.0 2</i>	<i>Организация внутрикорпоративных коммуникаций</i>						Э		
<i>Б2.В.02(П)</i>	<i>Профессионально-творческая практика (5 семестр)</i>						30		
ПК-6.3: определяет тему и основное содержание нового продукта; оценивает оригинальность идеи и актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованности; определяет целевую аудиторию нового продукта; инициирует творческие идеи для создания новых продуктов									
<i>Б1.В.06</i>	<i>Ораторское искусство и теория аргументации (6 семестр)</i>						30		
<i>Б1.В.07</i>	<i>Событийный маркетинг</i>						Э		
ПК-6.4: согласует тематику нового продукта с руководством; формирует требования к создаваемому сценарному материалу; контролирует сроки выполнения работ по подготовке сценарного материала; организует рекламную кампанию совместно с подразделением маркетинга; обрабатывает комментарии пользователей и готовит оперативный ответ или анализирует и корректирует ответы, подготовленные представителями организации									
<i>Б1.В.12</i>	<i>Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью</i>							Э	
<i>Б2.В.02(П)</i>	<i>Профессионально-творческая практика (7 семестр)</i>							30	
ПК-6.5: модерировать обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях									
<i>Б2.В.03(Пд)</i>	<i>Преддипломная практика</i>								30