

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
 Должность: директор
 Дата подписания: 18.05.2026 15:33:02
 Уникальный программный ключ:
 880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 1
 к образовательной программе

Планируемые результаты

освоения образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата
по направлению подготовки/специальности 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы Реклама и связи с общественностью в государственных и негосударственных организациях

Таблица 1. Универсальные и общепрофессиональные компетенции, установленные образовательной программой

Основание (ФГОС ВО/ ОС ВО)	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование образовательного результата (результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам: знания, умения/навыки)	Дисциплины (модули), практики, государственные аттестационные испытания, направленные на достижение образовательного результата
1	2	3	4	5
Образовательный стандарт (базовый) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Российской академии народного хозяйства и государственной службы	УК ОС-1. Способен применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции	УК ОС-1.1. Осуществляет поиск статистической и аналитической информации по разным источникам, а	УК ОС-1.1. 3-1. Знает основные события из истории России, определяющие ее место во всемирной истории	История России История России Основы информационной компетентности
			УК ОС-1.1 3-2. Знает исторические факты	История России

<p>при Президенте РФ №01-3048 от 29.03.2021г. Разработан на основе ФГОС ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512 с изменениями и дополнениями от: 26.11.2020 г., 08.02.2021 г., 19.07.2022 г., 27.02.2023 г.</p>		<p>также определяет степень достоверности информации и важность значимого события; инициирует творческие идеи для создания новых продуктов</p>	<p>прошлого и настоящего, которыми гордится Россия</p>	<p>Основы информационной компетентности</p>
			<p>УК ОС-1.1. 3-3. Знает имена и биографии выдающихся исторических деятелей, с которыми связаны военные и политические победы России</p>	<p>История История России Основы информационной компетентности</p>
			<p>УК ОС-1.1 3-4. Знает содержание основных исторических документов, отражающих эволюцию российской государственности</p>	<p>История История России Основы информационной компетентности</p>
			<p>УК ОС-1.1 У-1. Умеет сформировывать развитое критическое мышление, способствующее свободному формированию независимых обоснованных суждений на основе объективной исторической информации</p>	<p>История История России Основы информационной компетентности</p>
			<p>УК ОС-1.1. У-2. Умеет</p>	<p>История История России</p>

			сформировывать понимание полиэтнического и многоконфессионального характера российского общества как основы монолитности государства	Основы информационной компетентности
		УК ОС-1.2. Определяет идею, материал для нового продукта по результатам российских и зарубежных источников информации	УК ОС-1.2. 3-1. Знает всеобщую историю и основы международной политики	Политология История Всеобщая история
			УК ОС-1.2. 3-2. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации.	Политология История Всеобщая история
			УК ОС-1.2. У-1. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	Политология История Всеобщая история
			УК ОС-1.2. У-2. Умеет изучать и анализировать отечественные и	Политология История Всеобщая история

			зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов	
		УК ОС-1.3. Систематизирует информацию, полученную в целях решения поставленной задачи по результатам самостоятельного поиска по широкому кругу источников	УК ОС-1.3. 3-1. Знает конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в киноиндустрии	Философия Введение в искусственный интеллект и управление цифровой репутацией
			УК ОС-1.3. 3-2. Знает основные понятия и философские концепции	Философия Введение в искусственный интеллект и управление цифровой репутацией
			УК ОС-1.3. 3-3. Знает связь философии с социальной практикой при организации рекламной кампании	Философия Введение в искусственный интеллект и управление цифровой репутацией
			УК ОС-1.3. У-1. Умеет анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве,	Философия Введение в искусственный интеллект и управление цифровой репутацией

			информационном поле	
			УК ОС-1.3. У-2. Умеет изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов	Философия Введение в искусственный интеллект и управление цифровой репутацией
		УК ОС-1.4. Формулирует собственную гражданскую и мировоззренческую позицию с опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, явлений и событий	УК ОС-1.4. 3-1. Знает основные принципы системного анализа философских взглядов	Общественный проект "Обучение служением" Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
			УК ОС-1.4. 3-2. Знает основные принципы и методы работы по анализу исторических закономерностей, явлений и событий	Общественный проект "Обучение служением" Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
			УК ОС-1.4. У-1. Умеет формулировать собственную гражданскую и мировоззренческую позицию	Общественный проект "Обучение служением" Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
			УК ОС-1.4. У-2. Умеет анализировать философские взгляды и исторические закономерности,	Общественный проект "Обучение служением" Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

			явления и события		
	УК ОС-2. Способен разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	УК ОС-2.1. Определяет проблему, устанавливает проектный замысел и планирует проектные задачи (с соответствующим и расчётами и обоснованиями)	УК ОС-2.1. 3-1. Знает принципы определения проблемы той или иной темы	Введение в профессию	
			УК ОС-2.1. 3-2. Знает методы проектирования и планирования	Введение в профессию	
			УК ОС-2.1. У-1. Умеет составлять проектные задачи, обосновывая их	Введение в профессию	
	УК ОС-2.2. Представляет проект по продвижению продукции любых СМИ; формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции любых СМИ	УК ОС-2.2. 3-1. Знает основные методы продвижения продукции СМИ	УК ОС-2.2. 3-2. Знает основные принципы формирования проекта бюджета мероприятий по продвижению	УК ОС-2.2. 3-1. Знает основные методы продвижения продукции СМИ	Основы математических знаний Введение в профессию
				УК ОС-2.2. 3-2. Знает основные принципы формирования проекта бюджета мероприятий по продвижению	Основы математических знаний Введение в профессию
				УК ОС-2.2. У-1. Умеет организовывать проекты по продвижению тех или иных продуктов СМИ с применением навыков проектирования продвижения и	Основы математических знаний Введение в профессию

			бюджетирования	
		УК ОС-2.3. Разрабатывает и обосновывает проект ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию любых СМИ	УК ОС-2.3. 3-1. Знает основные принципы разработки ценообразования медийных продуктов	Экономика
	УК ОС-2.3. 3-2. Знает основные методы разработки финансовой стратегии по созданию медиапродукта		Экономика	
	УК ОС-2.3. У-1. Умеет рассчитывать и определять ценовую политику при организации деятельности медиакомпания		Экономика	
	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	УК ОС-2.4. 3-1. Знает основные принципы разработки проектов	Общественный проект "Обучение служением" Введение в медиапланирование	
		УК ОС-2.4. 3-2. Знает основные методы по реализации проектов	Общественный проект "Обучение служением" Введение в медиапланирование	
		УК ОС-2.4. У-1. Умеет представлять и защищать проекты с последующим обоснованием	Общественный проект "Обучение служением" Введение в медиапланирование	

	УК ОС-3. Способен вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе	УК ОС-3.1. Организует сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции, удовлетворенность и потребителей, мнения потребителей о характеристиках продвигаемой продукции; находит и отбирает организации для проведения социологического опроса; определяет целевую аудиторию нового продукта	УК ОС-3.1. 3-1. Знает основные принципы организации сбора информации о продвигаемой продукции ее потребителей	Социология Введение в профессию
			УК ОС-3.1. 3-2. Знает основные методы определения целевой аудитории и работы с ней	Социология Введение в профессию
			УК ОС-3.1. У-1. Умеет анализировать на практике особенности продвижения продукции	Социология Введение в профессию
			УК ОС-3.1. У-2. Умеет работать с социологическими данными отдельных аудиторных групп	Социология Введение в профессию
		УК ОС-3.2. Организует и проводит рекламную кампанию совместно с подразделением маркетинга; умеет снижать негативные	УК ОС-3.2. 3-1. Знает основные инструменты рекламы и маркетинга	Введение в профессию
			УК ОС-3.2. 3-2. Знает принципы работы с откликами аудитории	Введение в профессию
			УК ОС-3.2. У-1. Умеет обрабатывать обратную связь	Введение в профессию

		реакции, поддерживать дружелюбную тональность в комментариях к официальным сообщениям организации; управляет несколькими сообществами в социальных сетях	аудитории	
			УК ОС-3.2. У-2. Умеет работать с инструментами социальных сетей	Введение в профессию
		УК ОС-3.3. Обосновывает адекватность распределения ролей в рамках выполнения командной задачи и собственную ролевую позицию	УК ОС-3.3. 3-1. Знает основы командного взаимодействия	Психология Основы менеджмента
			УК ОС-3.3. 3-2. Знает особенности командного и ролевого участия	Психология Основы менеджмента
	УК ОС-3.3. У-1. Умеет обоснованно определять собственную роль и роль в команде		Психология Основы менеджмента	
	УК ОС-4. Способен осуществлять коммуникацию, в том числе деловую в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках	УК ОС-4.1. Осуществляет устную и письменную коммуникацию на иностранном языке; осуществляет мониторинг	УК ОС-4.1. 3-1. Знает методы и технологии коммуникации на иностранном языке	Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов)
			УК ОС-4.1. 3-2. Знает методы мониторинга сайтов для поиска той или иной информации	Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов)

		тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации	УК ОС-4.1. У-1. Умеет применять совокупность принципов, методов и технологий коммуникации в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках	Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов)
		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	УК ОС-4.2. 3-1. Знает основные методы модерации обратной связи аудитории	Основы редактирования и копирайтинг Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов)
	УК ОС-4.2. 3-2. Знает инструменты поиска информации о товарах и услугах		Основы редактирования и копирайтинг Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов)	
	УК ОС-4.2. У-1. Умеет обрабатывать и корректировать текст, обосновывая причину редактуры		Основы редактирования и копирайтинг Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов)	
		УК ОС-4.3. Работает с текстами	УК ОС-4.3. 3-1. Знает основы работы с текстовыми	Основы редактирования и копирайтинг Основы теории

		различной тематики (рерайт и копирайтинг)	материалами	коммуникации Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов)
			УК ОС-4.3. 3-2. Знает грамматику, стилистику и фонетику	Основы редактирования и копирайтинг Основы теории коммуникации Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов)
			УК ОС-4.3. У-1. Умеет применять в практической деятельности основы создания и редактирования медиатекстов	Основы редактирования и копирайтинг Основы теории коммуникации Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов)
		УК ОС-4.4. Контролирует качество текстов и их отображения, определяет необходимость редакторской и корректорской обработки; адаптирует текстовые материалы для	УК ОС-4.4. 3-1. Знает отличительные особенности текстов и их адаптации в практической деятельности	Теории коммуникации Основы теории коммуникации Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов)
			УК ОС-4.4. 3-2. Знает основные принципы работы над текстами	Теории коммуникации Основы теории коммуникации Иностранный язык Русский язык как

		внутренней поисковой оптимизации		иностраннный (для иностранных студентов)
			УК ОС-4.4. У-1. Умеет определят ключевые слова текстов при размещении в различных ресурсах	Теории коммуникации Основы теории коммуникации Иностраннный язык Русский язык как иностраннный (для иностранных студентов)
		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	УК ОС-4.5. 3-1. Знает совокупность принципов деловой коммуникации	Теория и практика массовой коммуникации Иностраннный язык Русский язык как иностраннный (для иностранных студентов)
			УК ОС-4.5. 3-2. Знает основные принципы работы с источниками информации	Теория и практика массовой коммуникации Иностраннный язык Русский язык как иностраннный (для иностранных студентов)
			УК ОС-4.5. У-1. Умеет применять принципы, методы и технологии деловой коммуникации	Теория и практика массовой коммуникации Иностраннный язык Русский язык как иностраннный (для иностранных студентов)
	УК ОС-4.5. У-2. Умеет находить и создавать актуальные	Теория и практика массовой коммуникации		

			идеи для продуктов	Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов)
		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	УК ОС-4.6. 3-1. Знает методы и технологии деловой коммуникации, проводимой на русском или иностранном языке	Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов)
			УК ОС-4.6. 3-2. Знает требования к языку и стилю коммуникации	Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов)
			УК ОС-4.6. У-1. Умеет применять совокупность принципов коммуникации на русском и иностранном языке	Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов)
	УК ОС-5. Способен 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	УК ОС-5.1. Оценивает актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность с учетом этнических и религиозных	УК ОС-5.1. 3-1. Знает основы и принципы межкультурного своеобразия в социально- историческом, этическом и философском контекстах	Социология История История России
			УК ОС-5.1. 3-2. Знает основы определения	Социология История

		особенностей целевой аудитории	востребованности продукта	История России
			УК ОС-5.1. У-1. Умеет применять в профессиональной деятельности требования к продуктам с учетом этнических и религиозных особенностей аудитории	Социология История История России
		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	УК ОС-5.2. 3-1. Знает технологии создания рекламных материалов с учетом социально-исторического, этического и философского контекста	История искусства и дизайна История Всеобщая история Основы российской государственности
			УК ОС-5.2. 3-2. Знает виды стратегий продвижения СМИ и рекламных материалов	История искусства и дизайна История Всеобщая история Основы российской государственности
			УК ОС-5.2. У-1. Умеет осуществлять подготовку, разработку и корректировку рекламных	История искусства и дизайна История Всеобщая история Основы российской государственности

		контекста	материалов и материалов для СМИ с учетом социально-исторического, этического и философского контекста	
		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	УК ОС-5.3. 3-1. Знает психофизические особенности человека, совокупность принципов работы с лицами, имеющими психические и (или) физические недостатки	Психология
			УК ОС-5.3. 3-2. Знает особенности выстраивания поведения в социальной и профессиональной сфере с лицами, имеющими психические и (или) физические недостатки	Психология
			УК ОС-5.3. У-1. Умеет взаимодействовать с лицами, имеющими психические и (или) физические	Психология

			недостатки	
		УК ОС-5.4. Проявляет гибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологических особенностей	УК ОС-5.4. 3-1. Знает особенности этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологических особенностей в коммуникации	Культурология История религий России
			УК ОС-5.4. У-1. Умеет проявлять гибкость и корректность в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологические особенности	Культурология История религий России
	УК ОС-6. Способен выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК ОС-6.1. Самостоятельно актуализирует и расширять знания по тематике информационных ресурсов	УК ОС-6.1. 3-1. Знает принципы и механизмы работы поисковых систем, функциональные возможности популярных сервисов поиска	Цифровые технологии
			УК ОС-6.1. 3-2. Знает законодательство Российской Федерации в области	Цифровые технологии

			интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет	
			УК ОС-6.1. У-1. Умеет применять функциональные особенности популярных социальных сетей	Цифровые технологии
			УК ОС-6.1. У-2. Умеет применять методы поиска информации в Интернете (по ключевым словам, с помощью каталогов)	Цифровые технологии
		УК ОС-6.2. Самостоятельно собирает и обрабатывает материалы для электронных рассылок	УК ОС-6.2. 3-1. Знает технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте	Цифровые технологии
			УК ОС-6.2. Знает виды спама и нежелательного контента, методы и средства борьбы с	Цифровые технологии

			ними	
			УК ОС-6.2. У-1. Умеет работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами	Цифровые технологии
		УК ОС-6.3. Самостоятельно оптимизирует и адаптирует текстовые материалы	УК ОС-6.3. 3-1. Знает основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых фраз, слов, ссылок)	Психология Интернет-технологии в рекламе
			УК ОС-6.3. У-1. Умеет владеть текстовым редактором	Психология Интернет-технологии в рекламе
			УК ОС-6.3. У-2. Умеет осуществлять подготовку текстов согласно запросу аудитории	Психология Интернет-технологии в рекламе
		УК ОС-6.4. На основе современных информационно-коммуникационных технологий самостоятельно	УК ОС-6.4. 3-1. Знает механизмы современного системного программного обеспечения для автоматизации	Интернет-технологии в рекламе

		<p>настраивает параметры форума и управляет характеристиками постоянных пользователей; размещает новости на сайте и в социальных сетях, контролирует правильность работы RSS-каналов и механизмов кросспостинга</p>	<p>процессов дизайн-проектирования в рекламной деятельности</p>	
			<p>УК ОС-6.4. У-1. Умеет выбирать и настраивать информационные технологии, а также программное обеспечение</p>	<p>Интернет-технологии в рекламе</p>
		<p>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</p>	<p>УК ОС-6.5. 3-1. Знает законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет</p>	<p>Интернет-технологии в рекламе</p>
			<p>УК ОС-6.5. У-1. Умеет работать с большими объемами информации</p>	<p>Интернет-технологии в рекламе</p>

		справочников, информационных систем и баз данных организации)		
		УК ОС-6.6. Обосновывает траекторию личностного и профессионального роста, основываясь на методах самоменеджмента и самоорганизации под поставленную задачу	УК ОС-6.6. 3-1. Знает основные принципы личностного и профессионального роста УК ОС-6.6. 3-2. Знает основные методы самоменеджмента и самоорганизации	Интернет-технологии в рекламе Интернет-технологии в рекламе
			УК ОС-6.6. У-1. Умеет применять совокупность траекторий саморазвития	Интернет-технологии в рекламе
	УК ОС-7. Способен поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК ОС-7.1. Объясняет важность участия в организованных физкультурно-оздоровительных и спортивных занятиях	УК ОС-7.1. 3-1. Знает роли и основы физической культуры в развитии человека и подготовке специалиста УК ОС-7.1. У-1. Умеет обеспечивать сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей и	Физическая культура и спорт Физическая культура и спорт

			качеств	
			УК ОС-7.1. У-2. Умеет творчески использовать средства и методы физического воспитания для личностно-профессионального развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни	Физическая культура и спорт
		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	УК ОС-7.2. З-1. Знает основы физической культуры в развитии человека и подготовке специалиста	Элективные курсы по физической культуре: Легкая атлетика; Фитнес; Спортивные игры
			УК ОС-7.2. У-1. Умеет творчески использовать средства и методы физического воспитания для личностно-профессионального развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни	Элективные курсы по физической культуре: Легкая атлетика; Фитнес; Спортивные игры
			УК ОС-7.2. У-2. Умеет обеспечивать	Элективные курсы по физической культуре:

			сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей и качеств	Легкая атлетика; Фитнес; Спортивные игры
		УК ОС-7.3. На основе самодиагностики физического состояния отбирает и реализует методы поддержания физического здоровья	УК ОС-7.3. З-1. Знает методы поддержания физического здоровья	Элективные курсы по физической культуре: Легкая атлетика; Фитнес; Спортивные игры
			УК ОС-7.3. З-2. Знает методы и принципы самодиагностики физического состояния	Элективные курсы по физической культуре: Легкая атлетика; Фитнес; Спортивные игры
			УК ОС-7.3. У-1. Умеет проводить самодиагностику физического состояния	Элективные курсы по физической культуре: Легкая атлетика; Фитнес; Спортивные игры
			УК ОС-7.3. У-2. Умеет отбирать и реализовывать методы поддержания физического здоровья	Элективные курсы по физической культуре: Легкая атлетика; Фитнес; Спортивные игры
	УК ОС-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК ОС-8.1. Демонстрирует знание основных алгоритмов поведения в целях	УК ОС-8.1. З-1. Знает способы выявления и предупреждения угроз, виды чрезвычайных	Безопасность жизнедеятельности

		предотвращения угроз безопасности жизнедеятельности и для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	ситуаций, общие правила и алгоритмы действий в нештатных и чрезвычайных ситуациях	
			УК ОС-8.1. У-1. Умеет находить и правильно оценивать факторы опасности для личности, общества и государства, своевременно и оперативно реагировать на их возникновение	Безопасность жизнедеятельности
			УК ОС-8.1. У-2. Умеет поддерживать условия безопасности жизнедеятельности	Безопасность жизнедеятельности
	УК ОС-9. Способен использовать основы экономических знаний для принятия экономически обоснованных решений в различных сферах деятельности	УК ОС-9.1. Использует информационные технологии для простейших экономических расчетов	УК ОС-9.1. 3-1. Знает принципы функционирования компьютеров, операционных систем, вычислительных сетей, общесистемного и прикладного программного обеспечения	Введение в искусственный интеллект и управление цифровой репутацией
			УК ОС-9.1. У-1. Умеет проектировать	Введение в искусственный

			структуры данных и структурировать информацию	интеллект и управление цифровой репутацией
			УК ОС-9.1. У-2. Умеет вести поиск и отбор релевантной информации в интернете, информационно-библиографических базах	Введение в искусственный интеллект и управление цифровой репутацией
			УК ОС-9.1. У-3. Умеет решать повседневные информационные задачи (создание текстов, презентаций, таблиц, баз данных)	Введение в искусственный интеллект и управление цифровой репутацией
		УК ОС-9.2. Приводит экономическое обоснование принимаемых решений в различных сферах деятельности	УК ОС-9.2. 3-1. Знает гражданское законодательство Российской Федерации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	Основы маркетинга
			УК ОС-9.2. 3-2. Знает основные понятия	Основы маркетинга

			теории маркетинга, маркетинговые технологии, методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах	
			УК ОС-9.2. 3-3. Знает основные принципы организации рекламной кампании	Основы маркетинга
			УК ОС-9.2. 3-4. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации; основы проектной деятельности	Основы маркетинга
			УК ОС-9.2. У-1. Умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	Основы маркетинга
			УК ОС-9.2. У-2. Умеет выявлять факторы,	Основы маркетинга

			определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	
			УК ОС-9.2. У-3. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты, интернет-технологии	Основы маркетинга
			УК ОС-9.2. У-4. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	Основы маркетинга
			УК ОС-9.2. У-5. Умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового	Основы маркетинга

			исследования	
		УК ОС-9.3. Обосновывает собственную точку зрения по различным аспектам социально- экономической политики государства	УК ОС-9.3. З-1. Знает гражданское законодательство Российской Федерации	Экономика
			УК ОС-9.3. З-2. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Экономика
			УК ОС-9.3. У-1. Умеет использовать современные информационно- коммуникационные технологии и специализированные программные продукты	Экономика
			УК ОС-9.3. У-2. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	Экономика
			УК ОС-9.3. У-3. Умеет выявлять факторы,	Экономика

			определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	
			УК ОС-9.3. У-4. Умеет составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров	Экономика
	УК ОС-10. Способен демонстрировать и формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК ОС-10.1. Применяет актуальные правовые знания при составлении и заключении договоров на исследования в профессиональной сфере	УК ОС-10.1. 3-1. Знает принципы функционирования современного общества, социальных, экономических, правовых, политических механизмов и регуляторов общественных процессов и отношений	Политология
			УК ОС-10.1. 3-2. Знает социально значимые проблемы и процессы в контексте	Политология

			своей социальной и профессиональной деятельности	
			УК ОС-10.1. У-1. Умеет ориентироваться в общественных, социальных и политических обстоятельствах, относящихся к сферам будущей профессиональной деятельности	Политология
			УК ОС-10.1. У-2. Умеет применять различные научно-политические концепции в рамках своей будущей профессиональной деятельности	Политология
		УК ОС-10.2. Юридически грамотно квалифицирует действие/бездействие как коррупционное и определяет меры, направленные на противодействие коррупционному	УК ОС-10.2. 3-1. Знает гражданское законодательство Российской Федерации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие	Правовое регулирование массовых коммуникаций

		поведению	профессиональную деятельность	
			УК ОС-10.2. 3-2. Знает маркетинговые технологии и методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах	Правовое регулирование массовых коммуникаций
			УК ОС-10.2. 3-3. Знает основные принципы организации рекламной кампании и основы проектной деятельности	Правовое регулирование массовых коммуникаций
			УК ОС-10.2. 3-4. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Правовое регулирование массовых коммуникаций
			УК ОС-10.2. 3-5. Знает правила охраны труда, пожарной безопасности, производственной санитарии, внутренний трудовой распорядок	Правовое регулирование массовых коммуникаций
			УК ОС-10.2. У-1. Умеет вести деловые переговоры,	Правовое регулирование массовых

			устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	коммуникаций
			УК ОС-10.2. У-2. Умеет составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию	Правовое регулирование массовых коммуникаций
			УК ОС-10.2. У-3. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	Правовое регулирование массовых коммуникаций
	УК ОС-11. Способен идентифицировать проявления экстремизма и участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждении экстремисткой, в том числе террористической деятельности	УК ОС-11.1. Идентифицирует проявления экстремизма	УК ОС-11.1. 3-1. Знает признаки и критерии идентификации экстремистской деятельности	Основы национальной безопасности
			УК ОС-11.1 У-1. Умеет идентифицировать и классифицировать угрозы экстремизма в сфере национальной	Основы национальной безопасности

			безопасности	
			УК ОС-11.1. У-2. Умеет распознавать экстремистские проявления	Основы национальной безопасности
		УК ОС-11.2. Участвует в принятии профилактических мер, направленных на предупреждение экстремистской, в том числе террористической деятельности	УК ОС-11.2. 3-1. Знает представление об экстремизме и терроризме в сфере национальной безопасности	Основы национальной безопасности
			УК ОС-11.2. У-1. Умеет классифицировать угрозы экстремизма и терроризма в сфере национальной безопасности, определять способы профилактики экстремизма террористической направленности средствами воспитательной работы	Основы национальной безопасности
			УК ОС-11.2. У-2. Умеет проектировать модели профилактики экстремизма и терроризма в сфере национальной безопасности	Основы национальной безопасности

	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Оценивает актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность; перерабатывает тексты различной тематики (рерайт); осуществляет поисковую оптимизацию и адаптацию тестовых материалов	ОПК-1.1 З-1. Знает основные понятия и методы стилистики	Основы редактирования и копирайтинг История искусства и дизайна Профессионально-ознакомительная практика
			ОПК-1.1. У-1. Умеет писать тексты литературным, техническим и рекламным языком	Основы редактирования и копирайтинг История искусства и дизайна Профессионально-ознакомительная практика
			ОПК-1.1. У-2. Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты	Основы редактирования и копирайтинг История искусства и дизайна Профессионально-ознакомительная практика
		ОПК-1.2. Создает и редактирует тексты на заданную тематику	ОПК-1.2. З-1. Знает конъюнктуру медийного рынка (с позиций востребованности текстов)	Основы редактирования и копирайтинг Основы теории коммуникации
		ОПК-1.2. З-2. Знает корпоративные требования к текстам телерадиовещательных СМИ	Основы редактирования и копирайтинг Основы теории коммуникации	
		ОПК-1.2. З-3. Знает	Основы редактирования	

			принципы копирайтинга и рерайта	и копирайтинг Основы теории коммуникации
			ОПК-1.2. У-1. Умеет выявлять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте (тексте)	Основы редактирования и копирайтинг Основы теории коммуникации
		ОПК-1.3. Управляет дискуссиями с участниками сообщества	ОПК-1.3. З-1. Знает современные концепции коммуникации	Основы теории коммуникации
			ОПК-1.3. З-2. Знает специальные терминологии веб-этикета	Основы теории коммуникации
			ОПК-1.3. У-1. Умеет вести диалоги и управлять дискуссиями с участием большого числа активных пользователей	Основы теории коммуникации
		ОПК-1.4. Подготавливает контент для публикации медиа, владеет методами структурирования информации,	ОПК-1.4. З-1. Знает принципы и механизмы работы поисковых систем, функциональные возможности популярных сервисов	Теория и практика массовой коммуникации

		<p>текстов на русском и (или) иностранном языках</p>	поиска	
			ОПК-1.4. 3-2. Знает виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде	Теория и практика массовой коммуникации
			ОПК-1.4. 3-3. Знает законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет	Теория и практика массовой коммуникации
			ОПК-1.4. У-1. Умеет осуществлять навигацию по различным веб-ресурсам, регистрироваться на сайте	Теория и практика массовой коммуникации
			ОПК-1.4. У-2. Умеет работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами	Теория и практика массовой коммуникации
			ОПК-1.4. У-3. Умеет	Теория и практика

			применять технологии, техники и методы рекламной коммуникации	массовой коммуникации
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития отечественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Обработывает 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	ОПК-2.1. 3-1. Знает гражданское законодательство Российской Федерации	История рекламы	
		ОПК-2.1. 3-2. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	История рекламы	
		ОПК-2.1. У-1. Умеет определять виды спама и нежелательного контента, методы и средства борьбы с ними	История рекламы	
		ОПК-2.2. 3-1. Знает основные компоненты системы маркетинговых коммуникаций, коммуникационные стратегии компании и	Политология Социология массовых коммуникаций	

		<p>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</p>	бренда	
			ОПК-2.2. 3-2. Знает основные принципы организации рекламной кампании	Политология Социология массовых коммуникаций
			ОПК-2.2. 3-3. Знает русский язык на высоком уровне (грамматика, орфоэпия, стилистика)	Политология Социология массовых коммуникаций
			ОПК-2.2. 3-4. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	Политология Социология массовых коммуникаций
			ОПК-2.2. У-1. Умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	Политология Социология массовых коммуникаций
			ОПК-2.2. У-2. Умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	Политология Социология массовых коммуникаций

		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	ОПК-2.3. 3-1. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Правовое регулирование массовых коммуникаций
			ОПК-2.3. 3-2. Знает основы маркетинговых технологий	Правовое регулирование массовых коммуникаций
			ОПК-2.3. У-1. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	Правовое регулирование массовых коммуникаций
			ОПК-2.3. У-2. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты, интернет-технологии	Правовое регулирование массовых коммуникаций
	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или)	ОПК-3.1. Выявляет потенциальные источники	ОПК-3.1. 3-1. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного	История рекламы Профессионально-ознакомительная практика

	медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	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)	представления информации	
			ОПК-3.1. У-1. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	История рекламы Профессионально-ознакомительная практика
			ОПК-3.1. У-2. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты	История рекламы Профессионально-ознакомительная практика
		ОПК-3.2. Оценивает оригинальность идеи нового продукта, пишет информационные материалы для сайтов, адаптирует текстовые материалы для внутренней поисковой оптимизации;	ОПК-3.2. 3-1. Знает методы и принципы эстетической оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах	История искусства и дизайна
			ОПК-3.2. 3-2. Знает эстетические принципы редактирования информации	История искусства и дизайна
			ОПК-3.2. У-1. Умеет использовать	История искусства и дизайна

		формирует рекомендации для создания промороликов	современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии	
			ОПК-3.2. У-2. Умеет подбирать темы для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов	История искусства и дизайна
			ОПК-3.2. У-3. Умеет определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ	История искусства и дизайна
	ОПК-3.3. Ориентируется в реалиях российского и зарубежного медиарынков, владеет основными (базовыми) принципами разработки концепции		ОПК-3.3. 3-1. Знает конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в киноиндустрии	Культурология
			ОПК-3.3. 3-2. Знает базовые понятия и концепции культурологии	Культурология
			ОПК-3.3. У-1. Умеет прогнозировать (оценивать)	Культурология

		<p>медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методами ее анализа и коррекции, выстраивает алгоритмы работы с учетом современных практик</p>	успешность будущего продукта	
			ОПК-3.3. У-2. Умеет выявлять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте	Культурология
			ОПК-3.3. У-3. Умеет анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле	Культурология
	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>ОПК-4.1. Ищет и отбирает организации, осуществляющие маркетинговые исследования, проводящие социологические опросы, предоставление информации и оказывающие</p>	ОПК-4.1. 3-1. Знает основные понятия теории маркетинга и маркетинговые технологии	Основы маркетинга
			ОПК-4.1. 3-2. Знает основные принципы организации рекламной кампании	Основы маркетинга
			ОПК-4.1. 3-3. Знает основы проектной деятельности	Основы маркетинга

		<p>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</p>	<p>ОПК-4.1. У-1. Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей</p>	<p>Основы маркетинга</p>
			<p>ОПК-4.1. У-2. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа</p>	<p>Основы маркетинга</p>
			<p>ОПК-4.1. У-3. Умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования</p>	<p>Основы маркетинга</p>
		<p>ОПК-4.2. Разрабатывает план и систему показателей для оценки эффективности мероприятий по</p>	<p>ОПК-4.2. З-1. Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента</p>	<p>Основы менеджмента</p>
			<p>ОПК-4.2. З-2. Знает принципы построения</p>	<p>Основы менеджмента</p>

		<p>продвижению продукции СМИ; оценивает эффективность результатов продвижения продукции СМИ</p>	<p>и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ</p>	
			<p>ОПК-4.2. У-1. Умеет анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных</p>	<p>Основы менеджмента</p>
			<p>ОПК-4.2. У-2. Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение</p>	<p>Основы менеджмента</p>
			<p>ОПК-4.2. У-3. Умеет формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ</p>	<p>Основы менеджмента</p>
		<p>ОПК-4.3. Отбирает темы публикаций в соответствии с</p>	<p>ОПК-4.3. З-1. Знает основные коммуникативные принципы</p>	<p>Маркетинговые исследования и ситуационный анализ</p>

		параметрами целевых аудиторий, релевантных профессиональной деятельности, выстраивает коммуникацию с авторами в рамках осуществления профессиональной деятельности в современных СМИ	организации рекламной кампании	
			ОПК-4.3. З-2. Знает принципы построения убеждающей речи	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
			ОПК-4.3. У-1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии для публичного выступления, в том числе интернет-технологии	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
			ОПК-4.3. У-2. Умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
			ОПК-4.3. У-3. Умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникативных систем региона, страны и мира, исходя из политических	ОПК-5.1. Составляет и заключает договор на проведение маркетингового	ОПК-5.1. З-1. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные	Правовое регулирование массовых коммуникаций

	и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	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	нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	
			ОПК-5.1. З-2. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Правовое регулирование массовых коммуникаций
			ОПК-5.1. У-1. Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	Правовое регулирование массовых коммуникаций
			ОПК-5.1. У-2. Умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования	Правовое регулирование массовых коммуникаций

		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	ОПК-5.2. 3-1. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	Введение в медиапланирование Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
		ОПК-5.2. У-1. Умеет оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации	Введение в медиапланирование Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	
		ОПК-5.2. У-2. Умеет определять необходимость оперативного влияния на ситуацию	Введение в медиапланирование Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	
		ОПК-5.2. У-3. Умеет ставить цели и определять пути их достижения	Введение в медиапланирование Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	
	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Редактирует информацию на сайте	ОПК-6.1. 3-1. Знает принципы и механизмы работы поисковых систем, функциональные возможности популярных сервисов поиска	Цифровые технологии

			ОПК-6.1. 3-2. Знает законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет	Цифровые технологии
			ОПК-6.1. 3-3. Знает технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте	Цифровые технологии
			ОПК-6.1. У-1. Умеет подбирать иллюстрации для веб-страниц и статей	Цифровые технологии
			ОПК-6.1. У-2. Умеет осуществлять навигацию по различным веб-ресурсам, регистрироваться на сайте	Цифровые технологии
		ОПК-6.2. Контролирует качество	ОПК-6.2. 3-1. Знает принципы и механизмы работы	Цифровые технологии

		отображения текстов	поисковых систем, функциональные возможности популярных сервисов поиска	
			ОПК-6.2. 3-2. Знает технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте	Цифровые технологии
			ОПК-6.2. У-1. Умеет • подбирать иллюстрации для веб-страниц и статей	Цифровые технологии
			ОПК-6.2. У-2. Умеет осуществлять навигацию по различным веб-ресурсам, регистрироваться на сайте	Цифровые технологии
		ОПК-6.3. Редактирует текст и корректирует отображение веб-страниц	ОПК-6.3. 3-1. Знает законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных	Интернет-технологии в рекламе

			материалов в Интернет	
			ОПК-6.3. 3-2. Знает основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых фраз, слов, ссылок)	Интернет-технологии в рекламе
			ОПК-6.3. 3-3. Знает современное системное программное обеспечение для автоматизации процессов дизайн-проектирования в рекламной деятельности	Интернет-технологии в рекламе
			ОПК-6.3. У-1. Умеет владеть текстовым редактором	Интернет-технологии в рекламе
			ОПК-6.3. У-2. Умеет подготавливать текстовые и графические, презентационные и рабочие материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Интернет-технологии в рекламе
		ОПК-6.4.	ОПК-6.4. 3-1. Знает	Интернет-технологии в

		Выбирает информационные технологии и программное обеспечение	современное системное программное обеспечение для автоматизации процессов дизайн-проектирования в рекламной деятельности	рекламе
			ОПК-6.4. У-1. Умеет работать над программным обеспечением, используя информационные технологии	Интернет-технологии в рекламе
		ОПК-6.5. Осуществляет поисковую оптимизацию и адаптацию тестовых материалов	ОПК-6.5. З-1. Знает основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых фраз, слов, ссылок)	Интернет-технологии в рекламе
			ОПК-6.5. У-1. Умеет работать с большими объемами информации	Интернет-технологии в рекламе
		ОПК-6.6. Использует необходимые информационно-реферативные	ОПК-6.6. З-1. Знает профессиональную терминологию в сфере интернет-дизайна	Интернет-технологии в рекламе

		системы, а также средства визуализации основных результатов собственной деятельности	ОПК-6.6. 3-2. Знает современное системное программное обеспечение для автоматизации процессов дизайн-проектирования в рекламной деятельности	Интернет-технологии в рекламе	
			ОПК-6.6. У-1. Умеет подготавливать текстовые и графические, презентационные и рабочие материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Интернет-технологии в рекламе	
		ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Разрабатывает предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ; согласует тематику нового продукта с руководством; контролирует сроки выполнения	ОПК-7.1. 3-1. Знает гражданское законодательство Российской Федерации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	Социология массовых коммуникаций
				ОПК-7.1. 3-2. Знает	Социология массовых

		<p>работ по подготовке сценарного материала; представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации; принимает результаты маркетингового исследования, социологического опроса</p>	<p>основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации</p>	<p>коммуникаций</p>
	<p>ОПК-7.1. 3-3. Знает маркетинговые технологии; принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ</p>		<p>Социология массовых коммуникаций</p>	
	<p>ОПК-7.1. 3-4. Знает правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок</p>		<p>Социология массовых коммуникаций</p>	
	<p>ОПК-7.1. У-1. Умеет анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных</p>		<p>Социология массовых коммуникаций</p>	
	<p>ОПК-7.1. У-2. Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики</p>		<p>Социология массовых коммуникаций</p>	

			целевой аудитории потребителей	
			ОПК-7.1. У-3. Умеет формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ	Социология массовых коммуникаций
		ОПК-7.2. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	ОПК-7.2. 3-1. Знает гражданское законодательство Российской Федерации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	Психология массовых коммуникаций
			ОПК-7.2. 3-2. Знает принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ	Психология массовых коммуникаций
			ОПК-7.2. 3-3. Знает правила охраны труда, внутренний	Психология массовых коммуникаций

			<p>трудоустройство</p> <p>ОПК-7.2. 3-4. Знает теоретические аспекты психологии восприятия СМИ массовым сознанием, психологические аспекты изучения аудитории, психология рекламы, психология мотивов и потребностей в рекламе</p>	Психология массовых коммуникаций
			<p>ОПК-7.2. У-1. Умеет формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ</p>	Психология массовых коммуникаций
			<p>ОПК-7.2. У-2. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа</p>	Психология массовых коммуникаций
			<p>ОПК-7.2. У-3. Умеет использовать</p>	Психология массовых коммуникаций

			современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	
			ОПК-7.2. У-4. Умеет анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных	Психология массовых коммуникаций
		ОПК-7.3. Проводит анализ социологических и маркетинговых исследований с учетом правовых норм и учетом общественного мнения	ОПК-7.3. З-1. Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
			ОПК-7.3. З-2. Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов конкурентов	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
			ОПК-7.3. У-1. Умеет интегрировать	Маркетинговые исследования и

			различные средства продвижения в комплекс маркетинговые коммуникаций	ситуационный анализ
			ОПК-7.3. У-2. Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Таблица 2. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения, соотнесенные с задачами профессиональной деятельности, областями и (или) сферами профессиональной деятельности, обобщенными трудовыми функциями и трудовыми функциями Профессионального стандарта

Типы задач профессиональной деятельности	Область(и) и (или) сфера(ы) профессиональной деятельности	Реквизиты Профстандарта	Обобщенная трудовая функция (ОТФ) полностью или частично (Трудовая функция (ТФ))	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование образовательного результата (знает, умеет)	Дисциплины (модули), практики, государственные аттестационные испытания, направленные на достижение образовательного результата
1	2	3	4	5	6	7	8
Технологических	11 Средства массовой информации	11.005 «Специалист по производству	А/01.6-02.6, 07.6 Творческо-организацион	П К - 1 . Способен разработать и (или) оценить	П К - 1 . 1 . Оценивает оригинальность идеи,	ПК-1.1. 3-1. Современные информационно-коммуникацион	Великие книги Русский язык и культура речи Стилистика

<p>издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)</p>	<p>продукции телерадиовещательных средств массовой информации»</p>	<p>ная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ</p>	<p>формат и тематику материала для нового продукта любых СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций</p>	художественную ценность и востребованность нового продукта	<p>ные технологии</p> <p>ПК-1.1. 3-2. Информационная специализация СМИ</p>	<p>Великие книги Русский язык и культура речи Стилистика</p>
					<p>ПК-1.1. У-1. Находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации</p>	<p>Великие книги Русский язык и культура речи Стилистика</p>
					<p>ПК-1.1. У-5. Прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта</p>	<p>Великие книги Русский язык и культура речи Стилистика</p>
				<p>П К - 1 . 2 . Определяет тему и основное содержание нового продукта и новостного блока</p>	<p>ПК-1.2. 3-1. Законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств</p>	<p>Русский язык и культура речи Стилистика</p>

					массовой информации	
					ПК-1.2. 3-3. Грамматика, стилистика, фонетика русского языка	Русский язык и культура речи Стилистика
					ПК-1.2. 3-4. Принципы создания и редактирования текстов	
					ПК-1.2. У-1. Изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов	Русский язык и культура речи Стилистика
					ПК-1.2. У-2. Определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ	
					ПК-1.2. У-4. Подбирать темы	

						для материалов, планировать освещение событий, находить экспертов и комментаторов	
					ПК-1.3. Находит материал для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	ПК-1.3. 3-3. Конъюнктура медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии	Логика Научно-исследовательская работа
				ПК-1.3. 3-5. История России, новейшая история и основы международной политики		Логика Научно-исследовательская работа	
				ПК-1.3. У-1. Находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации		Логика Научно-исследовательская работа	
				ПК-1.3. У-3. Выделять ключевые моменты в исходном		Логика Научно-исследовательская работа	

						материале для последующего использования в новом продукте	
						ПК-1.3. У-4. Анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле	Логика Научно-исследовательская работа
					П К - 1 . 4 . Составляет тексты на заданную тематику в рамках профессиональной деятельности, а также применяет навыки организации и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий	ПК-1.4. 3-1. Законодательств о Российской Федерации о рекламе	Работа с текстами в системе медиакоммуникаций Профессионально-ознакомительная практика
				ПК-1.4. 3-2. Методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента			
				ПК-1.4. 3-3.			

					<p>различной направленности в государственных и негосударственных организациях</p>	<p>Передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания</p>	
						<p>ПК-1.4. 3-4 Технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм</p>	
						<p>ПК-1.4. У-1. Определять рекламную стратегию для продвижения</p>	

						конечного продукта	
						ПК-1.4. У-2. Ставить цели и определять пути их достижения	
						ПК-1.4. У-3. Формировать имидж продукта	
						ПК-1.4. У-4. Использовать производственно -технические возможности компьютерных технологий	
						ПК-1.4. У-5. Определять необходимость оперативного влияния на ситуацию	
						ПК-1.4. У-6. Оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах организации	
					ПК-1.5. Создает информационны е материалы для сайта; пишет	ПК-1.5. З-1. Законодательств о Российской Федерации и	Работа с текстами в системе медиакоммуникаций

					статьи, обзоры и другие тексты на заданную тематику (копирайтинг) и перерабатывает тексты различной тематики (рерайт)	иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации	
						ПК-1.5. 3-3. Грамматика, стилистика, фонетика русского языка	Работа с текстами в системе медиакоммуникаций
						ПК-1.5. 3-4. Принципы создания и редактирования текстов	Работа с текстами в системе медиакоммуникаций
						ПК-1.5. У-3. Использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи	Работа с текстами в системе медиакоммуникаций
					П К - 1 . 6 .	ПК-1.6. 3-1.	Теория и практика

					<p>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</p>	<p>Законодательств о Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации</p>	информационного повода
						ПК-1.6. З-3. Грамматика, стилистика, фонетика русского языка	Теория и практика информационного повода
						ПК-1.6. У-5. Принимать оперативные обоснованные решения	Теория и практика информационного повода
					П К - 1 . 7 . Определяет формат, тематику и оценивает материал для нового продукта	ПК-1.7. У-1. Находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации	Преддипломная практика

						ПК-1.7. У-2. Планировать освещение значимых событий	Преддипломная практика
						ПК-1.7. У-6. Анализировать социально значимые процессы и явления	
						ПК-1.7. 3-4. Корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ	Преддипломная практика
Проектный	06. СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	06.009 СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ Приказ Минтруда России от 04.08.2014 N	В/01.6 Организация продвижения продукции СМИ	П К - 2 . Способен организовать продвижение готовых медийных продуктов и продуктов на этапе создания в интересах государственных и негосударственных организаций	П К - 2 . 1 . Извлекает недостающую графическую и (или) текстовую информацию, подбирает графические иллюстрации на веб-страницы для повышения конверсии; осуществляет мониторинг тематических сайтов для	ПК-2.1. 3-3. Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Семиотика медийного текста Связи с общественностью в органах государственного и муниципального управления Связи с общественностью в "электронном государстве" Видеомонтаж в рекламе
						ПК-2.1. У-1. Использовать	Семиотика медийного текста

		<p>535н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации" (Зарегистрировано в Минюсте России 04.09.2014 N 33973)</p>			<p>выявления новой, значимой и интересной информации</p>	<p>современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты</p>	<p>Связи с общественностью в органах государственного и муниципального управления Связи с общественностью в "электронном государстве" Видеомонтаж в рекламе</p>
						<p>ПК-2.1. У-2. Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа</p>	<p>Семиотика медийного текста Связи с общественностью в органах государственного и муниципального управления Связи с общественностью в "электронном государстве" Видеомонтаж в рекламе</p>
					<p>ПК - 2 . 2 . Размещает новости и настраивает их отображение на сайте и в социальных</p>	<p>ПК-2.2. 3-4. Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты,</p>	<p>Дизайн в системе массовых коммуникаций Выпуск медийного продукта</p>

					сетях, контролирует правильность работы RSS- каналов и механизмов кросспотинга	регулирующие профессиональн ую деятельность	
						ПК-2.2. У-3. Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	Дизайн в системе массовых коммуникаций Выпуск медийного продукта
						ПК-2.2. У-4. Составлять договоры гражданско- правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров	Дизайн в системе массовых коммуникаций Выпуск медийного продукта
					П К - 2 . 3 . Разрабатывает маркетинговую стратегию для продукции любого СМИ, составляет план мероприятий по продвижению продукции любых СМИ,	ПК-2.3. 3-2. Маркетинговые технологии ПК-2.3. У-5. Выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ,	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Преддипломная практика

					согласует маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом	существенные характеристики целевой аудитории потребителей ПК-2.3. У-6. Составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования	
Маркетингов ый	06. СВЯЗЬ, ИНФОРМА ЦИОННЫЕ И КОММУНИ КАЦИОНН ЫЕ ТЕХНОЛОГ ИИ	06.009 СПЕЦИАЛИС Т ПО ПРОДВИЖЕН ИЮ И РАСПРОСТРА НЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИ И Приказ Минтруда России от 04.08.2014 N 535н "Об утверждении профессиональ	В/03.6 Организация продвижения продукции СМИ	П К - 3 . Способен организовать распространен ие и реализацию продукции любых СМИ в интересах государствен ных и негосударствен ных организаций	П К - 3 . 1 . Выбирает маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителей необходимой информации	ПК-3.1. 3-2. Основные принципы организации рекламной кампании ПК-3.1. У-1. Использовать современные информационно- коммуникацион ные технологии, в том числе интернет- технологии	Внемедийные коммуникации
					П К - 3 . 2 . Организует представление продвигаемой	ПК-3.2. 3-2. Основные принципы организации	Внемедийные коммуникации Реклама и связи с общественностью в

		ного стандарта "Специалист по продвижению и распространен ию продукции средств массовой информации" (Зарегистриров ано в Минюсте России 04.09.2014 N 33973)			продукции на публичных мероприятиях и проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции, включая благотворительн ые мероприятия	рекламной кампании	избирательных кампаниях Реклама и связи с общественностью в политике
						ПК-3.2. У-2. Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	Внемедийные коммуникации Реклама и связи с общественностью в избирательных кампаниях Реклама и связи с общественностью в политике
						ПК-3.2. У-3. Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	Внемедийные коммуникации Реклама и связи с общественностью в избирательных кампаниях Реклама и связи с общественностью в политике
				П К - 3 . 3 Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующе й информацию на рынке	ПК-3.3. 3-2. Основные принципы организации рекламной кампании	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях Профессионально- аналитическая практика	
					ПК-3.3. 3-3. Методы оценки позиции		

					<p>продукции любых СМИ; анализирует на основании имеющихся данных ситуацию на рынке продукции СМИ; определяет целевую аудиторию потребителей продукции любых СМИ</p>	<p>интернет-сайта в поисковых системах</p>	
						<p>ПК-3.3. У-3. Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)</p>	
						<p>ПК-3.3. У-4. Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию</p>	
					<p>П К - 3 . 4 . Разрабатывает концепцию продвижения продукции любых СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии,</p>	<p>ПК-3.4. 3-4. Основы проектной деятельности</p>	<p>Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях</p>
						<p>ПК-3.4. У-4. Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять</p>	<p>Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях</p>

					<p>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</p>	<p>необходимую учетную и отчетную документацию</p>	
					<p>П К - 3 . 5 . Представляет проект управленческих решений по продвижению продукции любых СМИ</p>	<p>ПК-3.5. 3-4. Основы проектной деятельности</p>	<p>Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях</p>
						<p>ПК-3.5. У-4. Составлять договоры</p>	<p>Реклама и связи с общественностью в некоммерческих</p>

					руководству организации	гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию	организациях
					П К - 3 . 6 . Разрабатывает маркетинговую стратегию и организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции любых СМИ	ПК-3.6. 3-4. Основы проектной деятельности	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
				ПК-3.6. У-3. Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)			
				ПК-3.6. У-4. Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию			
Маркетингов ый	06. СВЯЗЬ, ИНФОРМА	06.009 СПЕЦИАЛИС	В/02.6 Организация	П К - 4 . Способен	П К - 4 . 1 . Выбирает	ПК-4.1. 3-1. Гражданское	Управление брендом средствами рекламы и

	<p>ЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ</p>	<p>Т ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ</p> <p>Приказ Минтруда России от 04.08.2014 N 535н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации" (Зарегистрировано в Минюсте России 04.09.2014 N 33973)</p>	<p>продвижения продукции СМИ</p>	<p>разработать маркетинговую стратегию для продукции любых СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций</p>	<p>маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителей необходимой информации</p> <p>П К - 4 . 2 . Разрабатывает концепцию продвижения продукции любых СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии;</p>	<p>законодательств о Российской Федерации</p> <p>ПК-4.1. 3-3. Маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента</p> <p>ПК-4.1. У-1. Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты</p> <p>ПК-4.2. 3-2. Организация системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж</p> <p>ПК-4.2. У-2. Разрабатывать концептуальные</p>	<p>связей с общественностью</p> <p>Профессионально-аналитическая практика</p> <p>Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью</p> <p>Профессионально-аналитическая практика</p>
--	--	---	----------------------------------	--	---	--	---

					выбирает маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителей необходимой информации	и стратегические документы в области маркетинга	
					П К - 4 . 3 . Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции любых СМИ; разрабатывает план мероприятий по продвижению продукции любых СМИ	ПК-4.3. 3-4. Технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов	Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью Продакт плейсмент и киномерчендайзинг
						ПК-4.3. У-4. Осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью Продакт плейсмент и киномерчендайзинг
					П К - 4 . 4 . Согласует маркетинговую стратегию с	ПК-4.4. 3-5. Корпоративные стандарты, регламенты и	Технологии управления общественным мнением

					целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом; представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции любых СМИ руководству организации	иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность	Основы интегрированных коммуникаций Профессионально-аналитическая практика
						ПК-4.4. У-4. Осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	Технологии управления общественным мнением Основы интегрированных коммуникаций Профессионально-аналитическая практика
					ПК-4.5. Ведет новостные ленты и представительства в социальных сетях при продвижении услуг государственных и негосударственных организаций	ПК-4.5. 3-1. Гражданское законодательство Российской Федерации	Тренды в бизнес-коммуникациях Репутационный менеджмент Преддипломная практика Подготовка к защите и защита ВКР
						ПК-4.5. У-3. Интегрировать различные средства продвижения в комплекс	Тренды в бизнес-коммуникациях Репутационный менеджмент Преддипломная практика

						маркетинговых коммуникаций	Подготовка к защите и защита ВКР
Проектный	06. СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	06.009 СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ Приказ Минтруда России от 04.08.2014 N 535н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации" (Зарегистрировано в Минюсте России	В/04.6 Организация продвижения продукции СМИ	П К - 5 . Способен проконтролировать продвижение продукции любых СМИ и оценить эффективность результатов продвижения продукции в интересах государственных и негосударственных организаций	П К - 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	ПК-5.1. 3-2. Принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ	Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью
					П К - 5 . 2 . Анализирует эффективность продвижения продукции любых СМИ; разрабатывает предложения по	ПК-5.1. У-1. Формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ	Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью
					ПК-5.2. 3-2. Принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ ПК-5.2. У-2.	Управление проектами в рекламе и связях с общественностью	

		04.09.2014 N 33973)			корректировке стратегий и программ продвижения продукции любых СМИ	Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	
						ПК-5.2. У-3. Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	Управление проектами в рекламе и связях с общественностью
						ПК-5.2. У-4. Анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных	Управление проектами в рекламе и связях с общественностью
					П К - 5 . 3 . Организует продвижение готовых	ПК-5.3. 3-1. Гражданское законодательств о Российской	Консалтинг и коучинг в рекламе и связях с общественностью Краудсорсинг в

					продуктов и продуктов на этапе создания	Федерации	рекламе и связях с общественностью Преддипломная практика
						ПК-5.3. 3-3. Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	
						ПК-5.3. У-5. Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров	Консалтинг и коучинг в рекламе и связях с общественностью Краудсорсинг в рекламе и связях с общественностью Преддипломная практика
Проектный	06. СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	06.013 «Специалист по информационным ресурсам» Приказ Минтруда России от 19.07.2022г. N 420н "Об	С Управление информационными ресурсами С/03.6 Контроль за наполнением	П К - 6 . Способен организовать внутренние и внешние коммуникации и управлять ими в	ПК-6.1. Находит идеи / материал для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных	ПК-6.1. 3-1. Знает сведения в предметной области сайта, позволяющие оценить актуальность и полноту	Основы интегрированных коммуникаций Профессионально-аналитическая практика Режиссура и сценарное мастерство

	ИИ	<p>утверждении профессионального стандарта " Специалист по информационным ресурсам " (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2022г. N 69714)</p>	сайта	<p>интересах государственных и негосударственных организаций</p>	<p>источников информации; определяет тему и основное содержание нового продукта</p>	<p>информационных материалов</p>	<p>в рекламе и связях с общественностью</p>
			С/04.6 Организация работ по изменению			<p>ПК-6.1. У-1. Умеет обрабатывать большие объемы информации</p>	
						<p>ПК-6.1. У-2. Умеет анализировать структурированную и неструктурированную информацию</p>	
					<p>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</p>	<p>ПК-6.2. 3-1. Знает принципы работы систем управления контентом и систем хранения файлов, информационных блоков</p>	<p>Ораторское искусство и теория аргументации Деловые отношения и делопроизводство Корпоративная культура и внутрикорпоративные коммуникации Профессионально-аналитическая практика Режиссура и сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью</p>
				<p>ПК-6.2. 3-2. Знает методы и стандарты проектирования сайтов</p>			
				<p>ПК-6.2. У-1. Умеет работать с широко распространенн</p>			

			структуры сайта		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	ыми и специализированными системами управления контентом ПК-6.2. У-2. Умеет осуществлять реструктуризацию сайта и перемещение веб-страниц, информационных блоков базы данных	
					П К - 6 . 3 . Определяет тему	ПК-6.3. З-1. Знает процессы	Ораторское искусство и теория

					и основное содержание нового продукта; оценивает оригинальность идеи и актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность; определяет целевую аудиторию нового продукта; инициирует творческие идеи для создания новых продуктов	и методы разработки веб-сайтов ПК-6.3. З-2. Знает методы поисковой оптимизации ПК-6.3. З-3. Знает подходы и методики тестирования веб-сайтов ПК-6.3. У-1. Умеет формулировать требования к структуре и сервисам веб-сайта ПК-6.3. У-2. Умеет моделировать (описывать) бизнес-процессы ПК-6.3. У-3. Умеет тестировать функциональность сайта	аргументации Событийный маркетинг Режиссура и сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью
--	--	--	--	--	--	---	---

					<p>П К - 6 . 4 .</p> <p>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</p>	<p>ПК-6.4. 3-1. Основные принципы и технологии управления проектами</p> <p>ПК-6.4. 3-2. Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента</p> <p>ПК-6.4. 3-3. Основы менеджмента</p> <p>ПК-6.4. У-1. Составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации</p> <p>ПК-6.4. У-2. Работать с</p>	<p>Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью</p> <p>Профессионально-аналитическая практика.</p> <p>Режиссура и сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью</p>
			<p>С/01.6</p> <p>Организация работ по созданию и редактированию контента сайтов</p>				

					представителями организации	большими объемами информации	
						ПК-6.4. У-3. Вести документацию по проектам и работам	
					П К - 6 . 5 . Модерирует обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях	ПК-6.5. 3-1. Знает структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
		С/02.6 Управление информацией из различных источников		ПК-6.5. 3-2. Знает внутренние правила согласования и утверждения документов			
				ПК-6.5. 3-3. Знает особенности работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами			

						ПК-6.5. У-1. Умеет работать с большими объемами информации	
						ПК-6.5. У-2. Умеет настраивать и использовать программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	

**Пример заполнения ПК – профессиональной компетенции, установленной на основании Профстандарта*