

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
 Должность: директор
 Дата подписания: 06.11.2025 18:04:34
 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 История России Основы информационной компетентности
			УК ОС-1.1 3-2. Знает исторические факты	История История России

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.		также определяет степень достоверности информации и важность значимого события; инициирует творческие идеи для создания новых продуктов	прошлого и настоящего, которыми гордится Россия	Основы информационной компетентности
			УК ОС-1.1. 3-3. Знает имена и биографии выдающихся исторических деятелей, с которыми связаны военные и политические победы России	История История России Основы информационной компетентности
			УК ОС-1.1 3-4. Знает содержание основных исторических документов, отражающих эволюцию российской государственности	История История России Основы информационной компетентности
			УК ОС-1.1 У-1. Умеет формировать развитое критическое мышление, способствующее свободному формированию независимых обоснованных суждений на основе объективной исторической информации	История История России Основы информационной компетентности
			УК ОС-1.1. У-2. Умеет	История История России

			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
			УК ОС-1.3. 3-2. Знает основные понятия и философские концепции	Философия
			УК ОС-1.3. 3-3. Знает связь философии с социальной практикой при организации рекламной кампании	Философия
			УК ОС-1.3. У-1. Умеет анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле	Философия
			УК ОС-1.3. У-2. Умеет изучать и	Философия

			анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов	
		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, явления и события	Общественный проект "Обучение служением" Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
	УК ОС-2. Способен разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	УК ОС-2.1. Определяет проблему,	УК ОС-2.1. 3-1. Знает принципы определения	Введение в профессию Цифровое общество и управление цифровой

		устанавливает проектный замысел и планирует проектные задачи (с соответствующим и расчётами и обоснованиями)	проблемы той или иной темы	репутацией Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты
			УК ОС-2.1. 3-2. Знает методы проектирования и планирования	Введение в профессию Цифровое общество и управление цифровой репутацией Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты
			УК ОС-2.1. У-1. Умеет составлять проектные задачи, обосновывая их	Введение в профессию Цифровое общество и управление цифровой репутацией Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты
		УК ОС-2.2. Представляет проект по продвижению продукции любых СМИ; формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по	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	Основы математических знаний Введение в профессию

		продвижению продукции любых СМИ	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 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 медиакомпаний	Экономика
		УК ОС-2.4. Представляет и защищает самостоятельно	УК ОС-2.4. 3-1. Знает основные принципы разработки проектов	Общественный проект "Обучение служением" Введение в медиапланирование

		разработанный проект любого типа, включая исследовательскую работу, с обоснованием ресурсов и ограничений при его разработке и реализации	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, мнении 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 реакции, поддерживать дружелюбную тональность в комментариях к официальным сообщениям организации; управляет несколькими сообществами в социальных сетях	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 аудитории	Введение в профессию
			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	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 тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации	роль в команде	
			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)
		УК ОС-4.2. Модерирует сообщения и комментарии пользователей; обрабатывает информацию о новых товарах и услугах, другие материалы для актуализации (пополнения)	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. 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)

		сайта новыми сведениями; определяет необходимость редакторской и корректорской обработки текста	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 различной тематики (редайт и копирайтинг)	УК ОС-4.3. 3-1. Знает основы работы с текстовыми материалами	Основы редактирования и копирайтинг Основы теории 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	УК ОС-4.4. 3-1. Знает отличительные	Теории коммуникации Основы теории

		качество текстов и их отображения, определяет необходимость редакторской и корректорской обработки; адаптирует текстовые материалы для внутренней поисковой оптимизации	особенности текстов и их адаптации в практической деятельности	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 иностранный (для иностранных студентов)
			УК ОС-4.4. У-1. Умеет определять ключевые слова текстов при размещении в различных ресурсах	Теории коммуникации Основы теории коммуникации Иностранный язык Русский язык как иностранный (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	УК ОС-4.5. 3-1. Знает совокупность принципов деловой коммуникации	Теория и практика массовой коммуникации Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов)
			УК ОС-4.5. 3-2. Знает основные принципы работы с источниками информации	Теория и практика массовой коммуникации Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов)

		зарубежных источников информации	УК ОС-4.5. У-1. Умеет применять принципы, методы и технологии деловой коммуникации	Теория и практика массовой коммуникации Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов)
			УК ОС-4.5. У-2. Умеет находить и создавать актуальные идеи для продуктов	Теория и практика массовой коммуникации 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. З-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. З-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	УК ОС-5.1.	Социология
			УК ОС-5.1. З-1. Знает	

	толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества в социально-историческом и философском контекстах, соблюдать нормы этики и использовать дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	Оценивает актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность с учетом этнических и религиозных особенностей целевой аудитории	основы и принципы межкультурного своеобразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах	История История России
			УК ОС-5.1. 3-2. Знает основы определения востребованности продукта	Социология История 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	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	История искусства и дизайна

		любых СМИ, а также формирует требования к создаваемому сценарному материалу с учетом социально-исторического, этического и философского контекста	продвижения СМИ и рекламных материалов	История Всеобщая история Основы российской государственности
			УК ОС-5.2. У-1. Умеет осуществлять подготовку, разработку и корректировку рекламных материалов и материалов для СМИ с учетом социально-исторического, этического и философского контекста	История искусства и дизайна История Всеобщая история Основы российской государственности
		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,	Психология

			имеющими психические и (или) физические недостатки	
			УК ОС-5.3. У-1. Умеет взаимодействовать с лицами, имеющими психические и (или) физические недостатки	Психология
		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	УК ОС-6.1. Самостоятельно	УК ОС-6.1. 3-1. Знает принципы и	Цифровые технологии

	на основе принципов образования в течение всей жизни	актуализирует и расширять знания по тематике информационных ресурсов	механизмы работы поисковых систем, функциональные возможности популярных сервисов поиска	
			УК ОС-6.1. 3-2. Знает законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет	Цифровые технологии
			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	УК ОС-6.2. 3-1. Знает технологии организации и	Цифровые технологии

		обрабатывает материалы для электронных рассылок	ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте	
			УК ОС-6.2. Знает виды спама и нежелательного контента, методы и средства борьбы с ними	Цифровые технологии
			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. З-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	Психология Интернет-технологии в

			подготовку текстов согласно запросу аудитории	рекламе
		УК ОС-6.4. На основе современных информационно- коммуникационны х 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	УК ОС-6.4. З-1. Знает механизмы современного системного программного обеспечения для автоматизации процессов дизайн- проектирования в рекламной деятельности	Интернет-технологии в рекламе
			УК ОС-6.4. У-1. Умеет выбирать и настраивать информационные технологии, а также программное обеспечение	Интернет-технологии в рекламе
		УК ОС-6.5. Выявляет потенциальные источники информации (среди сайтов производителей и	УК ОС-6.5. З-1. Знает законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила	Интернет-технологии в рекламе

		основных дистрибьюторов товаров, конкурентов, тематических сообществ и форумов, электронных и печатных каталогов и справочников, информационных систем и баз данных организации)	использования информационных материалов в Интернет	
			УК ОС-6.5. У-1. Умеет работать с большими объемами информации	Интернет-технологии в рекламе
		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	Интернет-технологии в рекламе
			УК ОС-6.6. 3-2. Знает основные методы самоменеджмента и самоорганизации	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	УК ОС-7.1. Объясняет важность участия в организованных	УК ОС-7.1. 3-1. Знает роли и основы физической культуры в развитии человека и	Физическая культура и спорт

	профессиональной деятельности	физкультурно-оздоровительных и спортивных занятиях	подготовке специалиста	
			УК ОС-7.1. У-1. Умеет обеспечивать сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей и качеств	Физическая культура и спорт
			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	УК ОС-7.2. 3-1. 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	Элективные курсы по физической культуре: Легкая атлетика; Фитнес; Спортивные

		деятельности, исходя из личных и профессиональных целей	воспитания для личностно-профессионального развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни	игры
			УК ОС-7.2. У-2. Умеет обеспечивать сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей и качеств	Элективные курсы по физической культуре: 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. 3-1. Знает методы поддержания физического здоровья	Элективные курсы по физической культуре: Легкая атлетика; Фитнес; Спортивные игры
			УК ОС-7.3. 3-2. 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.	Элективные курсы по

			Умеет отбирать и реализовывать методы поддержания физического здоровья	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 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	УК ОС-8.1. 3-1. Знает способы выявления и предупреждения угроз, виды чрезвычайных ситуаций, общие правила и алгоритмы действий в нештатных и чрезвычайных ситуациях	Безопасность жизнедеятельности
			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	УК ОС-9.1. Использует информационные	УК ОС-9.1. 3-1. Знает принципы функционирования	Цифровое общество и управление цифровой репутацией

	решений в различных сферах деятельности	технологии для простейших экономических расчетов	компьютеров, операционных систем, вычислительных сетей, общесистемного и прикладного программного обеспечения	Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты
			УК ОС-9.1. У-1. Умеет проектировать структуры данных и структурировать информацию	Цифровое общество и управление цифровой репутацией Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты
			УК ОС-9.1. У-2. Умеет вести поиск и отбор релевантной информации в интернете, информационно-библиографических базах	Цифровое общество и управление цифровой репутацией Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты
			УК ОС-9.1. У-3. Умеет решать повседневные информационные задачи (создание текстов, презентаций, таблиц, баз данных)	Цифровое общество и управление цифровой репутацией Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты
		УК ОС-9.2.	УК ОС-9.2. 3-1. Знает	Основы маркетинга

		Приводит экономическое обоснование принимаемых решений в различных сферах деятельности	гражданское законодательство Российской Федерации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	
			УК ОС-9.2. 3-2. Знает основные понятия теории маркетинга, маркетинговые технологии, методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах	Основы маркетинга
			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.	Основы маркетинга

			Умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	
			УК ОС-9.2. У-2. Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	Основы маркетинга
			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	Основы маркетинга

			анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	
			УК ОС-9.2. У-5. Умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования	Основы маркетинга
		УК ОС-9.3. Обосновывает собственную точку зрения по различным аспектам социально- экономической политики государства	УК ОС-9.3. 3-1. Знает гражданское законодательство Российской Федерации	Экономика
			УК ОС-9.3. 3-2. 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	Экономика

			программные продукты	
			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, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	Экономика
			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	УК ОС-10.1. 3-1. Знает принципы функционирования современного	Политология

		при составлении и заключении договоров на исследования в профессиональной сфере	общества, социальных, экономических, правовых, политических механизмов и регуляторов общественных процессов и отношений	
			УК ОС-10.1. 3-2. Знает социально значимые проблемы и процессы в контексте своей социальной и профессиональной деятельности	Политология
			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	Политология

			своей будущей профессиональной деятельности	
		УК ОС-10.2. Юридически грамотно квалифицирует действие/бездействие как коррупционное и определяет меры, направленные на противодействие коррупционному поведению	УК ОС-10.2. 3-1. Знает гражданское законодательство Российской Федерации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	Правовое регулирование массовых коммуникаций
			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	Правовое регулирование массовых коммуникаций

			наглядного представления информации	
			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, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	Правовое регулирование массовых 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	Правовое регулирование массовых коммуникаций

			качественные методы анализа	
	УК ОС-11. Способен идентифицировать проявления экстремизма и участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждении экстремистской, 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 безопасности	Основы национальной 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	Основы национальной безопасности

			профилактики экстремизма террористической направленности средствами воспитательной работы	
			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 3-1. Знает основные понятия и методы стилистики	Основы редактирования и копирайтинг История искусства и дизайна
			ОПК-1.1. У-1. Умеет писать тексты литературным, техническим и рекламным языком	Основы редактирования и копирайтинг История искусства и дизайна
			ОПК-1.1. У-2. Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты	Основы редактирования и копирайтинг История искусства и дизайна
		ОПК-1.2. Создает и редактирует	ОПК-1.2. 3-1. Знает конъюнктуру	Основы редактирования и копирайтинг

		тексты на заданную тематику	медийного рынка (с позиций востребованности текстов)	Основы теории коммуникации
			ОПК-1.2. 3-2. Знает корпоративные требования к текстам телерадиовещательных СМИ	Основы редактирования и копирайтинг Основы теории коммуникации
			ОПК-1.2. 3-3. Знает принципы копирайтинга и рерайта	Основы редактирования 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. 3-1. Знает современные концепции коммуникации	Основы теории коммуникации
			ОПК-1.3. 3-2. Знает специальные терминологии веб-этикета	Основы теории коммуникации
			ОПК-1.3. У-1. Умеет вести диалоги и управлять дискуссиями с	Основы теории коммуникации

			участием большого числа активных пользователей	
		ОПК-1.4. Подготавливает контент для публикации медиа, владеет методами структурирования информации, текстов на русском и (или) иностранном языках	ОПК-1.4. 3-1. Знает принципы и механизмы работы поисковых систем, функциональные возможности популярных сервисов поиска	Теория и практика массовой коммуникации
			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	Теория и практика массовой коммуникации

			сайте	Теория и практика массовой коммуникации
			ОПК-1.4. У-2. Умеет работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами	
			ОПК-1.4. У-3. Умеет применять технологии, техники и методы рекламной коммуникации	Теория и практика 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. Обрабатывает комментарии пользователей, готовит оперативные ответы, анализирует и корректирует ответы, подготовленные представителями организации, ведет базы данных и отчеты по обращениям, вопросам, жалобам; анализирует	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	История рекламы

		ситуацию на рынке продукции любых СМИ	средства борьбы с ними	
		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	ОПК-2.2. 3-1. Знает основные компоненты системы маркетинговых коммуникаций, коммуникационные стратегии компании и бренда	Политология Социология массовых коммуникаций
			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	Политология Социология массовых коммуникаций

			мероприятиях с докладами и презентациями	
			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-	Правовое регулирование массовых коммуникаций

			коммуникационные технологии и специализированные программные продукты, интернет-технологии	
	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	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)	ОПК-3.1. 3-1. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	История рекламы
			ОПК-3.1. У-1. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	История рекламы
			ОПК-3.1. У-2. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты	История рекламы
		ОПК-3.2. Оценивает оригинальность	ОПК-3.2. 3-1. Знает методы и принципы эстетической оценки	История искусства и дизайна

		идеи нового продукта, пишет информационные материалы для сайтов, адаптирует текстовые материалы для внутренней поисковой оптимизации; формирует рекомендации для создания промороликов	позиции интернет-сайта в поисковых системах	
			ОПК-3.2. З-2. Знает эстетические принципы редактирования информации	История искусства и дизайна
			ОПК-3.2. У-1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии	История искусства и дизайна
			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	ОПК-3.3. З-1. Знает конъюнктуру	Культурология

		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	медийного рынка, мировые тенденции в киноиндустрии	
			ОПК-3.3. 3-2. Знает базовые понятия и концепции культурологии	Культурология
			ОПК-3.3. У-1. Умеет прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта	Культурология
			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	ОПК-4.1. Ищет и отбирает	ОПК-4.1. 3-1. Знает основные понятия	Основы маркетинга

	профессиональной деятельности	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	теории маркетинга и маркетинговые технологии	
			ОПК-4.1. 3-2. Знает основные принципы организации рекламной кампании	Основы маркетинга
			ОПК-4.1. 3-3. Знает основы проектной деятельности	Основы маркетинга
			ОПК-4.1. У-1. Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	Основы маркетинга
			ОПК-4.1. У-2. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	Основы маркетинга
			ОПК-4.1. У-3. Умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию	Основы маркетинга

			результатов маркетингового исследования	
		ОПК-4.2. Разрабатывает план и систему показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ; оценивает эффективность результатов продвижения продукции СМИ	ОПК-4.2. 3-1. Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента	Основы менеджмента
			ОПК-4.2. 3-2. Знает принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ	Основы менеджмента
			ОПК-4.2. У-1. Умеет анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных	Основы менеджмента
			ОПК-4.2. У-2. Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	Основы менеджмента
			ОПК-4.2. У-3. Умеет формулировать наблюдаемые,	Основы менеджмента

			измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции 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	ОПК-4.3. З-1. Знает основные коммуникативные принципы организации рекламной кампании	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
			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	Маркетинговые исследования и

			переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	ситуационный анализ
	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникативных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	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	ОПК-5.1. 3-1. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	Правовое регулирование массовых коммуникаций
			ОПК-5.1. 3-2. 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	Правовое регулирование массовых коммуникаций

		продукции СМИ и продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах; анализирует эффективность продвижения продукции СМИ	презентацию результатов маркетингового исследования	
		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	Введение в медиапланирование Маркетинговые

			достижения	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 отображения текстов	ОПК-6.2. З-1. Знает принципы и механизмы работы поисковых систем, функциональные возможности популярных сервисов поиска	Цифровые технологии
			ОПК-6.2. З-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	Цифровые технологии

			сайте	
		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 материалов в Интернет	Интернет-технологии в рекламе
			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. Выбирает информационные технологии и программное обеспечение	ОПК-6.4. З-1. Знает современное системное программное обеспечение для автоматизации процессов дизайн-проектирования в рекламной деятельности	Интернет-технологии в 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,	Интернет-технологии в рекламе

			ссылкой)	
			ОПК-6.5. У-1. Умеет работать с большими объемами информации	Интернет-технологии в рекламе
		ОПК-6.6. Использует необходимые информационно-реферативные системы, а также средства визуализации основных результатов собственной деятельности	ОПК-6.6. 3-1. Знает профессиональную терминологию в сфере интернет-дизайна	Интернет-технологии в рекламе
			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	ОПК-7.1. 3-1. Знает гражданское законодательство Российской	Социология массовых коммуникаций

		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	Федерации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	
			ОПК-7.1. 3-2. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Социология массовых коммуникаций
			ОПК-7.1. 3-3. Знает маркетинговые технологии; принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ	Социология массовых коммуникаций
			ОПК-7.1. 3-4. Знает правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок	Социология массовых коммуникаций
			ОПК-7.1. У-1. Умеет анализировать результаты продвижения	Социология массовых коммуникаций

			продукции СМИ на основе полученных данных	
			ОПК-7.1. У-2. Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	Социология массовых коммуникаций
			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. З-1. Знает гражданское законодательство Российской Федерации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную	Психология массовых коммуникаций

			деятельность	
			ОПК-7.2. З-2. Знает принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ	Психология массовых коммуникаций
			ОПК-7.2. З-3. Знает правила охраны труда, внутренний трудовой распорядок	Психология массовых коммуникаций
			ОПК-7.2. З-4. Знает теоретические аспекты психологии восприятия СМИ массовым сознанием, психологические аспекты изучения аудитории, психология рекламы, психология мотивов и потребностей в рекламе	Психология массовых коммуникаций
			ОПК-7.2. У-1. Умеет формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ	Психология массовых коммуникаций
			ОПК-7.2. У-2. Умеет	Психология массовых

			находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	коммуникаций
			ОПК-7.2. У-3. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	Психология массовых коммуникаций
			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	ОПК-7.3. 3-1. Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
			ОПК-7.3. 3-2. Знает технологии	Маркетинговые исследования и

		общественного мнения	сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособнос ти продуктов конкурентов	ситуационный анализ
			ОПК-7.3. У-1. Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговые коммуникаций	Маркетинговые исследования и 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 профессиональ ной деятельности	Область(и) и (или) сфера(ы) профессионал ьной	Реквизиты Профстанда рта	Обобщенная трудовая функция (ОТФ)	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Код и наименование образовательн ого результата	Дисциплины (модули), практики, государственные аттестационные
--	--	--------------------------------	--	--------------------------------------	---	--	--

	деятельности		полностью или частично (Трудовая функция (ТФ))		компетенции	(знает, умеет)	испытания, направленные на достижение образовательного результата
1	2	3	4	5	6	7	8
Технологически й	11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийн ых, печатных, теле- и радиовещатель ных средств массовой информации)	11.005 «Специалист по производств у продукции телерадиове щательных средств массовой информации »	А/01.6-02.6, 06.6-07.6 Творческо- организационн ая деятельность по созданию новых продуктов телерадиовеща тельных СМИ	ПК-1. Способен разработать и (или) оценить формат и тематику материала для нового продукта любых СМИ в интересах государственн ых и негосударствен ных организаций	ПК-1.1. Оценивает оригинальност ь идеи, художественну ю ценность и востребованнос ть нового продукта	ПК-1.1. 3-1. Знает основные тексты русской и мировой литературы	Великие книги Русский язык и культура речи Стилистика
						ПК-1.1. 3-2. Знает основные этапы развития мировой литературы	Великие книги Русский язык и культура речи Стилистика
						ПК-1.1. У-1. Умеет находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации	Великие книги Русский язык и культура речи Стилистика
						ПК-1.1. У-2. Умеет выявлять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте	Великие книги Русский язык и культура речи Стилистика

						ПК-1.1. У-3. Умеет прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта	Великие книги Русский язык и культура речи Стилистика
					ПК-1.2. Определяет тему и основное содержание нового продукта и новостного блока	ПК-1.2. 3-1. Знает русский язык (орфография, пунктуация, стилистика)	Русский язык и культура речи Стилистика
						ПК-1.2. 3-2. Знает принципы определения темы и содержания нового продукта и новостного блока	Русский язык и культура речи Стилистика
						ПК-1.2. У-1. Умеет работать с большими объемами информации	Русский язык и культура речи Стилистика
					ПК-1.3. Находит материал для нового продукта по результатам анализа	ПК-1.3. 3-1. Знает основные понятия и концепции логики	Логика Профессионально- ознакомительная практика
						ПК-1.3. 3-2. Знает принципы	Логика Профессионально-

					российских и зарубежных источников информации	создания и логического редактирования текстов	ознакомительная практика
						ПК-1.3. У-1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты	Логика Профессионально-ознакомительная практика
						ПК-1.3. У-2. Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	Логика Профессионально-ознакомительная практика
						ПК-1.3. У-3. Умеет составлять аналитические	Логика Профессионально-ознакомительная практика

						отчеты, проводить презентацию результатов исследования	
					ПК-1.4. Составляет на заданную тематику в рамках профессиональ ной деятельности, а также применяет навыки организации и проведения коммуникацио нных кампаний и мероприятий различной направленност и в государственн ых и негосударствен ных организациях	ПК-1.4. 3-1. Знает основные понятия копирайтинга, жанры PR, критерии выбора информации	Профессионально- ознакомительная практика
						ПК-1.4. 3-2. Знает принципы копирайтинга и рерайта; создания и редактирования текстов	Профессионально- ознакомительная практика
						ПК-1.4. У-1. Умеет выявлять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте	Профессионально- ознакомительная практика
						ПК-1.4. У-2. Умеет подбирать темы для материалов, планировать	Профессионально- ознакомительная практика

						освещение событий, находить экспертов и комментаторов	
						ПК-1.4. У-3. Умеет редактировать тексты для публичной коммуникации; реферировать, аннотировать и модифицировать тексты	Профессионально- ознакомительная практика
					ПК-1.5. Создает информационн ые материалы для сайта; пишет статьи, обзоры и другие тексты на заданную тематику (копирайтинг) и перерабатывает тексты различной тематики (рерайт)	ПК-1.5. 3-1. Знает основные принципы копирайтинга и рерайта	Работа с текстами в системе медиакommunikаций
						ПК-1.5. 3-2. Знает основные понятия копирайтинга, жанры PR, критерии выбора информации	Работа с текстами в системе медиакommunikаций
						ПК-1.5. У-1. Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты	Работа с текстами в системе медиакommunikаций

						ПК-1.5. У-2. Умеет работать в текстовом редакторе	Работа с текстами в системе медиакommunikаций
					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	ПК-1.6. 3-1. Знает принципы и механизмы работы поисковых систем, функциональные возможности популярных сервисов поиска	Теория и практика информационного повода
						ПК-1.6. 3-2. Знает законодательств о Российской Федерации в области интеллектуально й собственности, правила использования информационны х материалов в Интернет	Теория и практика информационного повода
						ПК-1.6. У-1. Умеет владеть различными методами поиска информации в Интернет (по	Теория и практика информационного повода

						ключевым словам, с помощью каталогов)	
						ПК-1.6. У-2. Умеет осуществлять навигацию по различным веб- ресурсам, регистрироватьс я на сайте	Теория и практика информационного повода
						ПК-1.6. У-3. Умеет работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами	Теория и практика информационного повода
					ПК-1.7. Определяет формат, тематику и оценивает материал для нового продукта	ПК-1.7. 3-1. Знает принципы и механизмы работы поисковых систем, функциональные возможности популярных сервисов поиска	Преддипломная практика
						ПК-1.7. 3-2. Знает основные	Преддипломная практика

						понятия и концепции логики ПК-1.7. У-1. Умеет выявлять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте	Преддипломная практика
Проектный	06. СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	06.009 СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ И СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ Приказ Минтруда России от 04.08.2014 N 535н "Об утверждении и профессиона	В/01.6-04.6 Организация продвижения продукции СМИ	ПК-2. Способен организовать продвижение готовых медийных продуктов и продуктов на этапе создания в интересах государственных и негосударственных организаций	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	ПК-2.1. 3-1. Знает семиотические аспекты технологий организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте ПК-2.1. У-1. Умеет пользоваться различными методами поиска информации в Интернет (по	Семиотика медийного текста Связи с общественностью в органах государственного и муниципального управления Связи с общественностью в "электронном государстве" Видеомонтаж в рекламе Семиотика медийного текста Связи с общественностью в органах государственного и муниципального

		льного стандарта "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации" (Зарегистрировано в Минюсте России 04.09.2014 N 33973)			интересной информации	ключевым словам, с помощью каталогов)	управления Связи с общественностью в "электронном государстве" Видеомонтаж в рекламе
						ПК-2.1. У-2. Умеет подбирать иллюстрации для веб-страниц и статей с опорой на семиотическую природу коммуникации	Семиотика медийного текста Связи с общественностью в органах государственного и муниципального управления Связи с общественностью в "электронном государстве" Видеомонтаж в рекламе
					ПК-2.2. Размещает новости и настраивает их отображение на сайте и в социальных сетях, контролирует правильность работы RSS-каналов и	ПК-2.2. 3-1. Знает технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте	Дизайн в системе массовых коммуникаций Выпуск медийного продукта

					механизмов кросспотинга	ПК-2.2. 3-2. Знает теоретические аспекты производства и распространения рекламной продукции, основы работы в текстовых и графических программах, принципы составления креативного брифа и технического задания на проектирование и воплощение дизайнерского проекта в рекламе	Дизайн в системе массовых коммуникаций Выпуск медийного продукта
						ПК-2.2. У-1. Умеет подбирать иллюстрации для веб-страниц и статей	Дизайн в системе массовых коммуникаций Выпуск медийного продукта
						ПК-2.2. У-2. Умеет работать с агрегаторами новостей, электронными	Дизайн в системе массовых коммуникаций Выпуск медийного продукта

						подписками, социальными сетями, форумами	
					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	ПК-2.3. 3-1. Знает основные виды планирования в сфере связей с общественностью и рекламы, методы подготовки к выпуску рекламной и иной полиграфической продукции	Преддипломная практика
						ПК-2.3. У-1. Умеет владеть различными методами поиска информации в Интернет (по ключевым словам, с помощью каталогов)	Преддипломная практика
Маркетинговый	06. СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ	06.009 СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И	В/01.6-04.6 Организация продвижения продукции СМИ	ПК-3. Способен организовать распространение и	ПК-3.1. Выбирает маркетинговые технологии и инструменты	ПК-3.1. 3-1. Знает маркетинговые технологии и технологии	Внемедийные коммуникации

	ТЕХНОЛОГИ И	РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ И 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		реализацию продукции любых СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций	для донесения до потребителей необходимой информации	бренд-менеджмента	Внемедийные коммуникации
						ПК-3.1. 3-2. Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов конкурентов	
						ПК-3.1. У-1. Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга	
						ПК-3.1. У-2. Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	Внемедийные коммуникации

		04.09.2014 N 33973)			ПК-3.2. Организует представление продвигаемой продукции на публичных мероприятиях и проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции, включая благотворительные мероприятия	ПК-3.2. 3-1. Знает основные принципы организации рекламной кампании	Внемедийные коммуникации Реклама и связи с общественностью в избирательных кампаниях Реклама и связи с общественностью в политике Профессионально-творческая практика
						ПК-3.2. У-1. Умеет разрабатывать планы специальных мероприятий и BTL-акций	Внемедийные коммуникации Реклама и связи с общественностью в избирательных кампаниях Реклама и связи с общественностью в политике Профессионально-творческая практика
					ПК-3.3 Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей информацию на рынке	ПК-3.3. 3-1. Знает процессы планирования и этапы осуществления коммуникационных, рекламных и информационных кампаний и мероприятий в	Профессионально-творческая практика

					продукции любых СМИ; анализирует на основании имеющихся данных ситуацию на рынке продукции СМИ; определяет целевую аудиторию потребителей продукции любых СМИ	соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований	Профессионально-творческая практика
						ПК-3.3. 3-2. Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов конкурентов	
						ПК-3.3. У-1. Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга	
					ПК-3.4. Разрабатывает концепцию продвижения продукции	ПК-3.4. 3-1. Знает коммуникационных мероприятий и	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях

					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	кампаний в некоммерческих организациях	
						ПК-3.4. У-1. Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях

					любых СМИ		
					ПК-3.5. Представляет проект управленческих решений по продвижению продукции любых СМИ руководству организации	ПК-3.5. 3-1. Знает процессы планирования и этапы осуществления коммуникационных, рекламных и информационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях Профессионально-творческая практика
						ПК-3.5. У-1. Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях Профессионально-творческая практика
						ПК-3.5. У-2. Умеет осуществлять планирование мероприятий по	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях Профессионально-

						продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	творческая практика
					ПК-3.6. Разрабатывает маркетинговую стратегию и организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции любых СМИ	ПК-3.6. 3-1. Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента	Преддипломная практика
						ПК-3.6. У-1. Умеет разрабатывать планы специальных мероприятий и BTL-акций	Преддипломная практика
Маркетинговый	06. СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	06.009 СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ И СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ Приказ	В/01.6-04.6 Организация продвижения продукции СМИ	ПК-4. Способен разработать маркетинговую стратегию для продукции любых СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций	ПК-4.1. Выбирает маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителей необходимой информации	ПК-4.1. 3-1. Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента	Профессионально-творческая практика
						ПК-4.1. 3-2. Знает принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ	Профессионально-творческая практика

		Минтруда России от 04.08.2014 N 535н "Об утверждени и профессиона льного стандарта "Специалист по продвижени ю и распростран ению продукции средств массовой информации " (Зарегистрир овано в Минюсте России 04.09.2014 N 33973)				ПК-4.1. У-1. Умеет формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующи е продвижение продукции СМИ	Профессионально- творческая практика
					ПК-4.2. Разрабатывает концепцию продвижения продукции любых СМИ, формирует коммуникацио нные цели и маркетинговые стратегии; выбирает маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителей необходимой информации	ПК-4.2. 3-1. Знает методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента	Профессионально- творческая практика
						ПК-4.2. 3-2. Знает принципы использования маркетинговых коммуникаций для создания и укрепления торговых марок	Профессионально- творческая практика
						ПК-4.2. У-1. Умеет определять рекламную стратегию для продвижения	Профессионально- творческая практика

						конечного продукта	Профессионально- творческая практика
						ПК-4.2. У-2. Умеет определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещате льных СМИ	
						ПК-4.3. Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции любых СМИ; разрабатывает план мероприятий по продвижению продукции любых СМИ	
						ПК-4.3. 3-1. Знает маркетинговые технологии и технологии бренд- менеджмента	
						ПК-4.3. 3-2. Знает принципы использования маркетинговых коммуникаций для создания и укрепления торговых марок	Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью Продакт плейсмент и киномерчендайзинг
						ПК-4.3. У-1. Умеет интегрировать различные средства продвижения в	Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью Продакт плейсмент и киномерчендайзинг

						комплекс маркетинговые коммуникаций	
						ПК-4.3. У-2. Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью Продакт плейсмент и киномерчендайзинг
					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	ПК-4.4. З-1. Знает технологии позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов конкурентов	Технологии управления общественным мнением Основы интегрированных коммуникаций Профессионально-творческая практика
						ПК-4.4. У-1. Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их	Технологии управления общественным мнением Основы интегрированных коммуникаций Профессионально-творческая практика

						проведение	
					ПК-4.5. Ведет новостные ленты и представительства в социальных сетях при продвижении услуг государственных и негосударственных организаций	ПК-4.5. 3-1. Знает организация системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж	Тренды в бизнес-коммуникациях Репутационный менеджмент Преддипломная практика
						ПК-4.5. У-2. Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	Тренды в бизнес-коммуникациях Репутационный менеджмент Преддипломная практика
Проектный	06. СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	06.009 СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ И СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	В/01.6-04.6 Организация продвижения продукции СМИ	ПК-5. Способен проконтролировать продвижение продукции любых СМИ и оценить эффективность результатов продвижения продукции в интересах	ПК-5.1. Разрабатывает систему показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции любых СМИ; организует сбор	ПК-5.1. 3-1. Знает принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ	Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью
						ПК-5.1. У-1. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять	Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью

		Приказ Минтруда России от 04.08.2014 N 535н "Об утверждении и профессионального стандарта "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации" (Зарегистрировано в Минюсте России 04.09.2014 N 33973)		государственных и негосударственных организаций	информации об узнаваемости продвигаемой продукции любых СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции	количественные и качественные методы анализа	
					ПК-5.2. Анализирует эффективность продвижения продукции любых СМИ; разрабатывает предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции любых СМИ	ПК-5.2. 3-1. Знает технологии оперативного планирования и оперативного контроля над проектами при реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий	Управление проектами в рекламе и связях с общественностью
						ПК-5.2. У-1. Умеет анализировать результаты продвижения	Управление проектами в рекламе и связях с общественностью

						продукции СМИ на основе полученных данных	
						ПК-5.2. У-2. Умеет формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ	Управление проектами в рекламе и связях с общественностью
					ПК-5.3. Организует продвижение готовых продуктов и продуктов на этапе создания	ПК-5.3. 3-1. Знает основные этапы и методы организации и проведения коммуникационных мероприятий и кампаний, методики оценки эффективности мероприятий и коммуникационных кампаний	Консалтинг и коучинг в рекламе и связях с общественностью Краудсорсинг в рекламе и связях с общественностью Преддипломная практика
						ПК-5.3. У-1. Умеет формулировать наблюдаемые, измеримые и	Консалтинг и коучинг в рекламе и связях с общественностью Краудсорсинг в рекламе и связях с

						достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ	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 утверждении и профессионального стандарта " Специалист по информационным ресурсам " (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2022г. N 69714)	В/01.5-06.5 Создание и редактирование информационных ресурсов. С/01.6-07.6 Управление информационными ресурсами	ПК-6. Способен организовать внутренние и внешние коммуникации и управлять ими в интересах государственных и негосударственных организаций	ПК-6.1. Находит идеи / материал для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации; определяет тему и основное содержание нового продукта	ПК-6.1. 3-1. Знает основные коммуникативные принципы организации рекламной кампании	Профессионально-творческая практика Режиссура и сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью
						ПК-6.1. У-1. Умеет определять актуальные и интересные темы для потребителей продуктов телерадиовещательных СМИ	Профессионально-творческая практика Режиссура и сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью
					ПК-6.2. Ведет переговоры (переписку) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного	ПК-6.2. 3-1. Знает принципы построения и языкового оформления, методики оценки и редактирования публичного выступления в рамках устной	Ораторское искусство и теория аргументации Деловые отношения и делопроизводство Организация внутрикорпоративных коммуникаций Профессионально-творческая практика Режиссура и

					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	деловой коммуникации	сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью
						ПК-6.2. У-1. Умеет находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации	Ораторское искусство и теория аргументации Деловые отношения и делопроизводство Организация внутрикорпоративных коммуникаций Профессионально-творческая практика Режиссура и сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью

					комментариях к официальным сообщениям организации; управляет дискуссиями с участниками сообщества		
					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	ПК-6.3. 3-1. Знает принципы построения и языкового оформления, методики оценки и редактирования публичного выступления в рамках устной деловой коммуникации	Ораторское искусство и теория аргументации Событийный маркетинг Режиссура и сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью
						ПК-6.3. 3-2. Знает корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ	Ораторское искусство и теория аргументации Событийный маркетинг Режиссура и сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью
						ПК-6.3. У-1. Умеет писать тексты	Ораторское искусство и теория аргументации

					продуктов	литературным, техническим и рекламным языком и преподносить их целевой аудитории	Событийный маркетинг Режиссура и сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью
						ПК-6.3. У-2. Умеет писать аннотации к событиям и новостям	Ораторское искусство и теория аргументации Событийный маркетинг Режиссура и сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью
					ПК-6.4. Согласует тематику нового продукта с руководством; формирует требования к создаваемому сценарному материалу; контролирует сроки выполнения работ по подготовке сценарного	ПК-6.4. 3-1. Знает передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции и телерадиовещания	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Профессионально-творческая практика Режиссура и сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью
						ПК-6.4. 3-2. Знает методы проведения рекламных кампаний,	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Профессионально-

					материала; организует рекламную кампанию совместно с подразделением маркетинга; обрабатывает комментарии пользователей и готовит оперативный ответ или анализирует и корректирует ответы, подготовленные представителем организации	включая сетевые возможности продвижения контента	творческая практика Режиссура и сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью
						ПК-6.4. У-1. Умеет определять необходимость оперативного влияния на ситуацию	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Профессионально-творческая практика Режиссура и сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью
						ПК-6.4. У-2. Умеет вести диалоги и управлять дискуссиями с участием большого числа активных пользователей	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Профессионально-творческая практика Режиссура и сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью
					ПК-6.5. Модерирует обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях	ПК-6.5. З-1. Знает виды спама и нежелательного контента, методы и средства борьбы с ними	Преддипломная практика

						ПК-6.5. 3-2. Знает специальную терминологию веб-этикета	Преддипломная практика
						ПК-6.5. У-1. Умеет вести диалоги и управлять дискуссиями с участием большого числа активных пользователей	Преддипломная практика
						ПК-6.5. У-2. Умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	Преддипломная практика

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