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 <u>Реклама и связи с общественностью в государственных</u> <u>и негосударственных организациях</u>

Таблица 1. Универсальные и общепрофессиональные компетенции, установленные образовательной программой

Основание (ФГОС ВО/	Код и наименование компетенции	Код и	Код и наименование	Дисциплины (модули),
OC BO)		наименование	образовательного	практики,
		индикатора	результата	государственные
		достижения	(результаты	аттестационные
		компетенции	обучения по	испытания,
			дисциплинам	направленные на
			(модулям),	достижение
			практикам: знания,	образовательного
			умения/навыки)	результата
1	2.	3	4	5
1	2	3	7	3
Образовательный	УК ОС-1. Способен применять	УК ОС-1.1.	УК ОС-1.1. 3-1. Знает	История
Образовательный стандарт (базовый) по	УК ОС-1. Способен применять критический анализ информации и	УК ОС-1.1. Осуществляет	УК ОС-1.1. 3-1. Знает основные события из	История История России
	<u> </u>			_
стандарт (базовый) по	критический анализ информации и	Осуществляет	основные события из	История России
стандарт (базовый) по направлению подготовки	критический анализ информации и системный подход для решения задач	Осуществляет поиск	основные события из истории России,	История России Основы
стандарт (базовый) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи	критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и	Осуществляет поиск статистической и	основные события из истории России, определяющие ее	История России Основы информационной
стандарт (базовый) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»	критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и	Осуществляет поиск статистической и аналитической	основные события из истории России, определяющие ее место во всемирной	История России Основы информационной

при Президенте РФ №01-	также определяет	прошлого и	Основы
3048 от 29.03.2021г.	степень	настоящего, которыми	информационной
Разработан на основе	достоверности	гордится Россия	компетентности
ФГОС ВО бакалавриата	информации и	УК ОС-1.1. 3-3. Знает	История
по направлению	важность	имена и биографии	История России
подготовки 42.03.01	значимого	выдающихся	Основы
Реклама и связи с	события;	исторических	информационной
общественностью	инициирует	деятелей, с которыми	компетентности
(утвержден приказом	творческие идеи	связаны военные и	
Министерства	для создания	политические победы	
образования и науки	новых продуктов	России	
Российской Федерации от	- •	УК ОС-1.1 3-4. Знает	История
08.06.2017 г. № 512 с		содержание основных	История России
изменениями и		исторических	Основы
дополнениями от:		документов,	информационной
26.11.2020 г., 08.02.2021		отражающих	компетентности
г., 19.07.2022 г.,		эволюцию российской	
27.02.2023 г.		государственности	
		УК ОС-1.1 У-1. Умеет	История
		сформировывать	История России
		развитое критическое	Основы
		мышление,	информационной
		способствующее	компетентности
		свободному	
		формированию	
		независимых	
		обоснованных	
		суждений на основе	
		объективной	
		исторической	
		информации	
		УК ОС-1.1. У-2.	История
		Умеет	История России
		J 111001	11010pii/i 1 000iiii

УК ОС-1.2. Определяет идею, материал для нового продукта по результатам российских и зарубежных источников информации	сформировывать понимание полиэтнического и многоконфессиональн ого характера российского общества как основы монолитности государства УК ОС-1.2. З-1. Знает всеобщую историю и основы международной политики УК ОС-1.2. З-2. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации. УК ОС-1.2. У-1. Умеет находить и анализировать	Основы информационной компетентности Политология История Всеобщая история История Всеобщая история Всеобщая история Всеобщая история История Всеобщая история История Всеобщая история Всеобщая история
	УК ОС-1.2. У-1. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	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.	УК ОС-1.3. 3-1. Знает	Философия
Систематизирует	конъюнктуру	
информацию,	медийного рынка,	
полученную в	мировые тенденции в	
целях решения	киноиндустрии	
поставленной	УК ОС-1.3. 3-2. Знает	Философия
задачи по	основные понятия и	-
результатам	философские	
самостоятельного	концепции	
поиска по	УК ОС-1.3. 3-3. Знает	Философия
широкому кругу	связь философии с	
источников	социальной практикой	
	при организации	
	рекламной кампании	
	УК ОС-1.3. У-1.	Философия
	Умеет анализировать	_
	информацию из	
	различных	
	источников,	
	определять степень ее	
	достоверности,	
	ориентироваться в	
	новостном	
	пространстве,	
	информационном	
	поле	
	УК ОС-1.3. У-2.	Философия
	Умеет изучать и	-

T			ı	
			анализировать	
			отечественные и	
			зарубежные	
			источники	
			информации по	
			тематике создаваемых	
			продуктов	
		УК ОС-1.4.	УК ОС-1.4. 3-1. Знает	Общественный проект
		Формулирует	основные принципы	"Обучение служением"
		собственную	системного анализа	Маркетинговые
		гражданскую и	философских взглядов	исследования и
		мировоззренческу	1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1	ситуационный анализ
		ю позицию с	УК ОС-1.4. 3-2. Знает	Общественный проект
		опорой на	основные принципы и	"Обучение служением"
		системный анализ	методы работы по	Маркетинговые
		философских	анализу исторических	исследования и
		взглядов и	закономерностей,	ситуационный анализ
		исторических	явлений и событий	сит уационный апализ
		закономерностей,	УК ОС-1.4. У-1.	Общественный проект
		явлений и событий	Умеет формулировать	"Обучение служением"
		явлении и сооытии	* * * *	Маркетинговые
			собственную	1
			гражданскую и	исследования и
			мировоззренческую	ситуационный анализ
			позицию	
			УК ОС-1.4. У-2.	Общественный проект
			Умеет анализировать	"Обучение служением"
			философские взгляды	Маркетинговые
			и исторические	исследования и
			закономерности,	ситуационный анализ
			явления и события	
УК	ОС-2. Способен разработать проект	УК ОС-2.1.	УК ОС-2.1. 3-1. Знает	Введение в профессию
на с	основе оценки ресурсов и	Определяет	принципы	Цифровое общество и
	аничений	проблему,	определения	управление цифровой

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

Γ	T	
продвижению	продвижению	
продукции любых	УК ОС-2.2. У-1.	Основы
СМИ	Умеет организовывать	математических знаний
	проекты по	Введение в профессию
	продвижению тех или	
	иных продуктов СМИ	
	с применением	
	навыков	
	проектирования	
	продвижения и	
	бюджетирования	
УК ОС-2.3.	УК ОС-2.3. 3-1. Знает	Экономика
Разрабатывает и	основные принципы	
обосновывает	разработки	
проект ценовой	ценообразования	
стратегии	медийных продуктов	
организации,	УК ОС-2.3. 3-2. Знает	Экономика
включая	основные методы	
предложения по	разработки	
ценам на	финансовой стратегии	
продукцию любых	по созданию	
СМИ	медиапродукта	
	УК ОС-2.3. У-1.	Экономика
	Умеет рассчитывать и	
	определять ценовую	
	политику при	
	организации	
	деятельности	
	медиакомпании	
УК ОС-2.4.	УК ОС-2.4. 3-1. Знает	Общественный проект
Представляет и	основные принципы	"Обучение служением"
защищает	разработки проектов	Введение в
самостоятельно		медиапланирование

	разработанный проект любого типа, включая исследовательску ю работу, с обоснованием ресурсов и ограничений при его разработке и реализации	УК ОС-2.4. 3-2. Знает основные методы по реализации проектов УК ОС-2.4. У-1. Умеет представлять и защищать проекты с последующим обоснованием	Общественный проект "Обучение служением" Введение в медиапланирование 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, удовлетворенност	УК ОС-3.1. 3-1. Знает основные принципы организации сбора информации о продвигаемой продукции ее потребителей	Социология Введение в профессию
	и потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой	УК ОС-3.1. 3-2. Знает основные методы определения целевой аудитории и работы с ней	Социология Введение в профессию
	продукции; находит и отбирает организации для проведения социологического	УК ОС-3.1. У-1. Умеет анализировать на практике особенности продвижения продукции	Социология Введение в профессию
	опроса; определяет целевую аудиторию нового продукта	УК ОС-3.1. У-2. Умеет работать с социологическими данными отдельных аудиторных групп	Социология Введение в профессию

УК ОС-3.2.	УК ОС-3.2. 3-1. Знает	Введение в профессию
Организует и	основные	Введение в профессию
проводит	инструменты рекламы	
рекламную	и маркетинга	
кампанию	УК ОС-3.2. 3-2. Знает	Введение в профессию
совместно с	принципы работы с	введение в профессию
подразделением	откликами аудитории	
маркетинга; умеет	УК ОС-3.2. У-1.	Введение в профессию
снижать	Умеет обрабатывать	Введение в профессию
негативные	обратную связь	
реакции,	* *	
поддерживать	аудитории УК ОС-3.2. У-2.	Радочна в па фессии
дружелюбную		Введение в профессию
тональность в	Умеет работать с	
комментариях к	инструментами социальных сетей	
официальным	социальных сетеи	
сообщениям		
организации;		
· ·		
управляет		
несколькими сообществами в		
'		
социальных сетях УК ОС-3.3.	УК ОС-3.3. 3-1. Знает	Психология
Обосновывает	основы командного	Основы менеджмента
адекватность	взаимодействия	П
распределения	УК ОС-3.3. 3-2. Знает	Психология
ролей в рамках	особенности	Основы менеджмента
выполнения	командного и	
командной задачи	ролевого участия	
и собственную	УК ОС-3.3. У-1.	Психология
ролевую позицию	Умеет обоснованно	Основы менеджмента
	определять	
	собственную роль и	

		VIII OC 4 1	роль в команде	11
	УК ОС-4. Способен осуществлять	УК ОС-4.1.	УК ОС-4.1. 3-1. Знает	Иностранный язык
	оммуникацию, в том числе деловую в	Осуществляет	методы и технологии	Русский язык как
	стной и письменной формах на	устную и	коммуникации на	иностранный (для
	осударственном и иностранном(ых)	письменную	иностранном языке	иностранных
яз	зыках	коммуникацию на		студентов)
		иностранном	УК ОС-4.1. 3-2. Знает	Иностранный язык
		языке;	методы мониторинга	Русский язык как
		осуществляет	сайтов для поиска той	иностранный (для
		мониторинг	или иной информации	иностранных студентов)
		тематических	УК ОС-4.1. У-1.	Иностранный язык
		сайтов для	Умеет применять	Русский язык как
		выявления новой,	совокупность	иностранный (для
		значимой и	принципов, методов и	иностранных студентов)
		интересной	технологий	,
		информации	коммуникации в	
			устной и письменной	
			формах на	
			государственном и	
			иностранном(ых)	
			языках	
		УК ОС-4.2.	УК ОС-4.2. 3-1. Знает	Основы редактирования
		Модерирует	основные методы	и копирайтинг
		сообщения и	модерации обратной	Иностранный язык
		комментарии	связи аудитории	Русский язык как
		пользователей;		иностранный (для
		обрабатывает		иностранных студентов)
		информацию о	УК ОС-4.2. 3-2. Знает	Основы редактирования
		новых товарах и	инструменты поиска	и копирайтинг
		услугах, другие	информации о товарах	Иностранный язык
		материалы для	и услугах	Русский язык как
		актуализации	11 1 221 11 11 11	иностранный (для
		(пополнения)		иностранных студентов)
		(пополнения)		ипостранных студентов)

сайта новыми сведениями; определяет необходимость редакторской и корректорской обработки текста УК ОС-4.3. Работает с текстами различной тематики (рерайт и копирайтинг)	УК ОС-4.2. У-1. Умеет обрабатывать и корректировать текст, обосновывая причину редактуры УК ОС-4.3. 3-1. Знает основы работы с текстовыми материалами УК ОС-4.3. 3-2. Знает грамматику,	Основы редактирования и копирайтинг Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов) Основы редактирования и копирайтинг Основы теории коммуникации Иностранный язык Русский язык как иностранный (для иностранных студентов) Основы редактирования и копирайтинг
	фонетику	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
УК ОС-4.4. Контролирует	УК ОС-4.4. 3-1. Знает отличительные	иностранных студентов) Теории коммуникации Основы теории

качество текстов и	особенности текстов и	коммуникации
их отображения,	их адаптации в	Иностранный язык
определяет	практической	Русский язык как
необходимость	деятельности	иностранный (для
редакторской и		иностранных студентов)
корректорской	УК ОС-4.4. 3-2. Знает	Теории коммуникации
обработки;	основные принципы	Основы теории
адаптирует	работы над текстами	коммуникации
текстовые		Иностранный язык
материалы для		Русский язык как
внутренней		иностранный (для
поисковой		иностранных студентов)
оптимизации	УК ОС-4.4. У-1.	Теории коммуникации
	Умеет определят	Основы теории
	ключевые слова	коммуникации
	текстов при	Иностранный язык
	размещении в	Русский язык как
	различных ресурсах	иностранный (для
		иностранных студентов)
УК ОС-4.5.	УК ОС-4.5. 3-1. Знает	Теория и практика
Осуществляет	совокупность	массовой
деловую	принципов деловой	коммуникации
коммуникацию в	коммуникации	Иностранный язык
профессиональной	-	Русский язык как
сфере на		иностранный (для
иностранном и		иностранных студентов)
русском языке;	УК ОС-4.5. 3-2. Знает	Теория и практика
находит свежие	основные принципы	массовой
идеи и материал	работы с источниками	коммуникации
для нового	информации	Иностранный язык
продукта по	1 1	Русский язык как
результатам		иностранный (для
анализа		иностранных студентов)

Т		THE OC A C TY I	
	зарубежных	УК ОС-4.5. У-1.	Теория и практика
	источников	Умеет применять	массовой
	информации	принципы, методы и	коммуникации
		технологии деловой	Иностранный язык
		коммуникации	Русский язык как
			иностранный (для
			иностранных студентов)
		УК ОС-4.5. У-2.	Теория и практика
		Умеет находить и	массовой
		создавать актуальные	коммуникации
		идеи для продуктов	Иностранный язык
			Русский язык как
			иностранный (для
			иностранных студентов)
	УК ОС-4.6.	УК ОС-4.6. 3-1. Знает	Иностранный язык
	Соблюдает	методы и технологии	Русский язык как
	требования к	деловой	иностранный (для
	языку и форме	коммуникации,	иностранных студентов)
	общения, в том	проводимой на	1 3/1
	числе делового, в	русском или	
	зависимости от	иностранном языке	
	коммуникативной	УК ОС-4.6. 3-2. Знает	Иностранный язык
	задачи, решаемой	требования к языку и	Русский язык как
	на русском или	стилю коммуникации	иностранный (для
	иностранном	отило коммуникации	иностранных студентов)
	языке	УК ОС-4.6. У-1.	Иностранный язык
	ASBIRO	Умеет применять	Русский язык как
		совокупность	иностранный (для
		принципов	иностранный (для иностранных студентов)
		-	иностранных студентов)
		коммуникации на	
		русском и	
1W4 0 G 5 G	177.00.5.1	иностранном языке	
УК ОС-5. Способен проявл	иять УК OC-5.1.	УК ОС-5.1. 3-1. Знает	Социология

топеля	нтность в условиях	Оценивает	основы и принципы	История
*	льтурного разнообразия общества	актуальность	межкультурного	История России
	ально-историческом и	нового продукта,	своеобразия в	история госсии
	ально-историческом и офском контекстах, соблюдать		±	
-	-	его	социально-	
-	этики и использовать	художественную	историческом,	
	гологические знания в социальной	ценность и	этическом и	
и проф	ессиональной сферах	востребованность	философском	
		с учетом	контекстах	
		этнических и	УК ОС-5.1. 3-2. Знает	Социология
		религиозных	основы определения	История
		особенностей	востребованности	История России
		целевой аудитории	продукта	
			УК ОС-5.1. У-1.	Социология
			Умеет применять в	История
			профессиональной	История России
			деятельности	
			требования к	
			продуктам с учетом	
			этнических и	
			религиозных	
			особенностей	
			аудитории	
		УК ОС-5.2.	УК ОС-5.2. 3-1. Знает	История искусства и
		Готовит	технологии создания	дизайна
		предложения	рекламных	История
		-	материалов с учетом	Всеобщая история
		подразделениям,	•	
		осуществляющим	социально-	Основы российской
		разработку	исторического,	государственности
		рекламных	этического и	
		материалов, для	философского	
		корректировки	контекста	
		стратегии	УК ОС-5.2. 3-2. Знает	История искусства и
		продвижения	виды стратегий	дизайна

любых СМИ, а также формирует требования к создаваемому сценарному материалу с учетом социально-исторического, этического и философского контекста	продвижения СМИ и рекламных материалов УК ОС-5.2. У-1. Умеет осуществлять подготовку, разработку и корректировку рекламных материалов и материалов для СМИ с учетом социально-	История Всеобщая история Основы российской государственности История искусства и дизайна История Всеобщая история Основы российской государственности
материалу с учетом социально- исторического, этического и философского	Умеет осуществлять подготовку, разработку и корректировку рекламных материалов и материалов для СМИ	дизайна История Всеобщая история Основы российской
УК ОС-5.3.	философского контекста УК ОС-5.3. 3-1. Знает	Психология
Демонстрирует знание психофизических особенностей	психофизические особенности человека, совокупность принципов работы с	ПСИХОЛОГИЯ
развития лиц с психическими и (или) физическими недостатками для	лицами, имеющими психические и (или) физические недостатки	
выстраивания своего поведения в социальной и профессиональной сфере	УК ОС-5.3. 3-2. Знает особенности выстраивания поведения в социальной и	Психология
	профессиональной сфере с лицами,	

психические и (или) физические недостатки УК ОС-5.3, У-1. Умеет вааимодействовать с лицами, имеющими психические индостатки УК ОС-5.4. УК ОС-5.4. Проявляет тибкость и ри вааимодействии с учетом утипических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологически х особенностей в коммуникации Тибкость и комректность и писихофизиологически учетом утиний и психофизиологически х особенностей в коммуникации УК ОС-5.4. У-1. Умеет вааимодействовать с лицами и недостатки Их ОС-5.4. З-1. Знает и культурология Культурология Культурология Культурология Культурология Культурология История религий России	T		T	Г
физические недостатки УК ОС-5.3. У-1. Умест взаимодействовать с лицами, имсющими психические и (или) физические и педостатки УК ОС-5.4. Проявляет сособенности тибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологически х особенностей в коммуникации учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные окомуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически сособенностей в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически сособенностей в коммуникации учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически сособенности УК ОС-6. Способен выстраивать и УК ОС-6. Способен выстраивать и УК ОС-6.1. 3-1. Зпаст Цифровые технологии			имеющими	
Психология УК ОС-5.3. У-1. У ОС-5.3. У-1. У ОС-5.3. У-1. У ОС-5.3. У-1. У ОС-5.4. ОПП (ПСИХОЛОГИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВОВЯТЬ С ЛИПАВИИ, ИМЕЮЩИМИ ПЕИХИЧЕСКИЕ НЕДОСТЯТКИ ОС-5.4. ОТ ОТ ОС-5.4. О			\ /	
УК ОС-5.3. У-1. Умест Взаимодействовать с лицами, имеющими психические и (или) физические и (или) физические и (или) физические педостатки УК ОС-5.4. Проявляет гибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, релитиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологиче ских особенностей и и психофизиологиче ских особенностей кормуникации УК ОС-5.4. У-1. Умест ОКС-5.4. 3-1. Знает ОСС-6. Способен выстраивать и ОСС-5.4. 3-1. Знает ОСС-5.4. 3-1. Знает ОСС-6. Способен выстраивать и ОК ОС-5.4. 3-1. Знает ОСС-6. Способен выстраивать и ОК ОС-5.4. У-1. УК ОС-6.1. 3-1. Знает ОСС-6. Способен выстраивать и ОК ОС-6.1. ОК ОС-5.4. У-1. ОК ОС-5.4. У-1. ОК ОС-5.4. У-1. ОК ОС-6.1. 3-1. Знает ОСС-6. Информые технологии			физические	
УК ОС-5.4. Проявляет пибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологиче ских особепности УК ОС-5.4. Об С-5.4. ЗУК ОС-5.4. Проявляет пибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологически хособепностей коммуникации УК ОС-5.4. 3-1. Знает особенности Этнических, гендерных, возрастных отличий и ук оС-5.4. У-1. Ук ос-5.4. У-1. Ук ос-5.4. 3-1. Знает История религий России Культурология История религий История религий История религий России Культурология История религий			недостатки	
взаимодействовать с лицами, имеющими психические и (или) физические и педостатки VK ОС-5.4. Проявляет особенности Проявляет тибкость и этпических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологических особенностей корректность в коммуникации WK ОС-5.4. УК ОС-5.4. 3-1. Знает особенности зтинческих, религиозных, гендерных, коммуникации WK ОС-5.4. Тук ОС-5.4. УК ОС-5.4. Особенностей комректность в коммуникации, учитывая этпические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологические с особенности УК ОС-6. Способен выстраивать и VK ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии			УК ОС-5.3. У-1.	Психология
УК ОС-5.4, УК ОС-5.4, 3-1. Знает пибкость и корректность при взаимодействии с учетом этпических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологически х особенностей в коммуникации учитывая этнические, религиой неских особенностей в коммуникации, учитывая этнические, религиойные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологические и корректность в коммуникации, учитывая этнические, религиойные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологические и сособенностей в коммуникации, учитывая этнические, религиойные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологические и е особенности УК ОС-6. Способен выстраивать и УК ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии			Умеет	
ПСИХИЧЕСКИЕ И (ИЛИ) физические и (ИЛИ) физические индостатки VK OC-5.4.			взаимодействовать с	
ук ос-5.4. Ок ос-5.4. Проявляет гибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологических особенностей коммуникации Ок ос-5.4. Ок ос-5.4. Ок ос-5.4. Ок ос-5.4. Ок ос-5.4. Ок ос-5.4. Ок ос-6.1. Ок ос-5.4. Ок ос-			лицами, имеющими	
УК ОС-5.4. Проявляет гибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологиче ских особенностей Культурология История религий России Культурология Культурология Культурология История религий России Культурология Культурология История религий России			психические и (или)	
УК ОС-5.4. Проявляет гибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологически хих особенностей в коммуникащии УК ОС-5.4. У-1. Умеет проявлять гибкость и психофизиологиче ских особенностей коммуникащии, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличий и психофизиологически с особенностей в коммуникащии, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности УК ОС-6. Способен выстраивать и УК ОС-6.1. УК ОС-6.1. УК ОС-6.1. З-1. Знает Культурология История религий России			физические	
Проявляет гибкость и корректность при взаимодействии с учетом возрастных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологически отличий и психофизиологиче ских особенностей комуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологические о сосбенностей в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологические о сосбенности УК ОС-6. Способен выстраивать и Остория религий России России России России Культурология История религий России Культурология История религий России			недостатки	
Проявляет гибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологиче ских особенностей корректность в коммуникащии УК ОС-5.4. У-1. Умеет проявлять исхофизиологиче ских особенностей корректность в коммуникащии, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологиче ских особенностей корректность в коммуникащии, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологиче и психофизиологиче и корректность в коммуникащии, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности УК ОС-6. Способен выстраивать и УК ОС-6.1. УК ОС-6.1. З-1. Знает История религий России Культурология История религий России Культурология История религий России УК ОС-5.4. У-1. Культурология История религий России		УК ОС-5.4.	УК ОС-5.4. 3-1. Знает	Культурология
гибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологиче ских особенностей и психофизиологиче ских особенностей коммуникации учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличий и психофизиологиче ских особенностей коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологические особенностей УК ОС-6. Способен выстраивать и УК ОС-6.1. УК ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии		Проявляет	особенности	• • •
взаимодействии с учетом этнических, психофизиологически х особенностей в коммуникации УК ОС-5.4. У-1. История религий психофизиологиче ских особенностей корректность в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологиче ских особенностей в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности УК ОС-6. Способен выстраивать и России Тук ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии		гибкость и	этнических,	России
взаимодействии с учетом этнических, психофизиологически х особенностей в коммуникации УК ОС-5.4. У-1. История религий психофизиологиче ских особенностей корректность в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологиче ских особенностей в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности УК ОС-6. Способен выстраивать и России Тук ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии		корректность при	религиозных,	
учетом этнических, пеихофизиологически х особенностей в коммуникации возрастных отличий и психофизиология возрастных обмуникации возрастных отличий и умеет проявлять история религий психофизиологиче ских особенностей корректность в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности УК ОС-6. Способен выстраивать и УК ОС-6.1. УК ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии			гендерных,	
этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологиче ских особенностей и корректность в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологические особенности УК ОС-6. Способен выстраивать и Тических, религиозных, гендерных, коммуникации умеет проявлять и корректность в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности Тук ОС-6. Способен выстраивать и Тических особенностей в коммуникации умеет проявлять и корректность в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности Тук ОС-6. Способен выстраивать и ук ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии		учетом	_	
гендерных, возрастных отличий и психофизиологиче ских особенностей корректность в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности УК ОС-6. Способен выстраивать и УК ОС-6.1. УК ОС-6.1. УК ОС-6.1. УК ОС-6.1. У-1. Умеет проявлять История религий России Корректность в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности УК ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии				
гендерных, возрастных отличий и психофизиологиче ских особенностей коммуникации Тендерных, возрастных отличий и психофизиологиче ских особенностей корректность в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности Тук ОС-6. Способен выстраивать и Тендерных, коммуникации Умеет проявлять История религий России России Укос-6.1. 3-1. Знает Цифровые технологии		религиозных,	х особенностей в	
возрастных отличий и психофизиологиче ских особенностей и посмобатичей и психофизиологиче ских особенностей и корректность в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности УК ОС-6. Способен выстраивать и УК ОС-6.1. УК ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии		*	коммуникации	
отличий и психофизиологиче ских особенностей корректность в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности УК ОС-6. Способен выстраивать и Умеет проявлять гибкость и корректность в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности УК ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии		_	•	Культурология
психофизиологиче ских особенностей корректность в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности УК ОС-6. Способен выстраивать и УК ОС-6.1. России России России России России УСС-6.1. России УК ОС-6.1. России России Корректность в корректность в корректность в корректность в корректность и корректность и корректность и корректность в корректность и корректность		l *	Умеет проявлять	
ских особенностей корректность в коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности УК ОС-6. Способен выстраивать и УК ОС-6.1. УК ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии		психофизиологиче	-	
коммуникации, учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности УК ОС-6. Способен выстраивать и УК ОС-6.1. УК ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии			корректность в	
учитывая этнические, религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности УК ОС-6. Способен выстраивать и УК ОС-6.1. УК ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии				
религиозные, гендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности УК ОС-6. Способен выстраивать и УК ОС-6.1. УК ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии			1	
ук ос-6. Способен выстраивать и Тендерные, возрастные отличия и психофизиологически е особенности УК ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии			-	
возрастные отличия и психофизиологически е особенности УК ОС-6. Способен выстраивать и УК ОС-6.1. УК ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии			•	
УК ОС-6. Способен выстраивать и УК ОС-6.1. УК ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии			=	
УК ОС-6. Способен выстраивать и УК ОС-6.1. УК ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии			-	
УК ОС-6. Способен выстраивать и УК ОС-6.1. УК ОС-6.1. З-1. Знает Цифровые технологии				
1 '11	УК ОС-6. Способен выстраивать и	УК ОС-6.1.		Пифровые технологии
реализовывать траекторию саморазвития Самостоятельно принципы и	-	Самостоятельно		11

He covere wayyyyan of accessors		Wayayyyayy nabany	
на основе принципов образования в	актуализирует и	механизмы работы	
течение всей жизни	расширять знания	поисковых систем,	
	по тематике	функциональные	
	информационных	возможности	
	ресурсов	популярных сервисов	
		поиска	
		УК ОС-6.1. 3-2. Знает	Цифровые технологии
		законодательство	
		Российской	
		Федерации в области	
		интеллектуальной	
		собственности,	
		правила	
		использования	
		информационных	
		материалов в	
		Интернет	
		УК ОС-6.1. У-1.	Цифровые технологии
		Умеет применять	
		функциональные	
		особенности	
		популярных	
		социальных сетей	
		УК ОС-6.1. У-2.	Цифровые технологии
		Умеет применять	\ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \
		методы поиска	
		информации в	
		Интернете (по	
		ключевым словам, с	
		помощью каталогов)	
	УК ОС-6.2.	УК ОС-6.2. 3-1. Знает	Цифровые технологии
	1 y K OC-0.2.		
	УК ОС-6.2. Самостоятельно	технологии	цифровые технологии

T	T	
обрабатывает	ведения новостных	
материалы для	лент, RSS-каналов,	
электронных	электронных	
рассылок	подписок, рассылок	
	по электронной почте	
	УК ОС-6.2. Знает	Цифровые технологии
	виды спама и	
	нежелательного	
	контента, методы и	
	средства борьбы с	
	ними	
	УК ОС-6.2. У-1.	Цифровые технологии
	Умеет работать с	
	агрегаторами	
	новостей,	
	электронными	
	подписками,	
	социальными сетями,	
	форумами	
УК ОС-6.3.	УК ОС-6.3. 3-1. Знает	Психология
Самостоятельно	основы внутренней	Интернет-технологии в
оптимизирует и	поисковой	рекламе
адаптирует	оптимизации (в том	
текстовые	числе рекомендации	
материалы	по использованию	
	ключевых фраз, слов,	
	ссылок)	
	УК ОС-6.3. У-1.	Психология
	Умеет владеть	Интернет-технологии в
	текстовым	рекламе
	редактором	-
	УК ОС-6.3. У-2.	Психология
	Умеет осуществлять	Интернет-технологии в

		подготовку текстов	рекламе
		согласно запросу	persiame
		= -	
\ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \	УК ОС-6.4. На	аудитории УК ОС-6.4. 3-1. Знает	Инториот тоунопорум в
			Интернет-технологии в
	основе	механизмы	рекламе
	современных	современного	
	информационно-	системного	
	коммуникационны	программного	
X	х технологий	обеспечения для	
	самостоятельно	автоматизации	
	настраивает	процессов дизайн-	
П	параметры форума	проектирования в	
и	и управляет	рекламной	
	характеристиками	деятельности	
п	постоянных	УК ОС-6.4. У-1.	Интернет-технологии в
п	пользователей;	Умеет выбирать и	рекламе
p	размещает	настраивать	
н	новости на сайте и	информационные	
В	в социальных	технологии, а также	
c	сетях,	программное	
K K	контролирует	обеспечение	
	правильность		
	работы RSS-		
K K	каналов и		
	механизмов		
K K	кросспостинга		
	УК ОС-6.5.	УК ОС-6.5. 3-1. Знает	Интернет-технологии в
	Выявляет	законодательство	рекламе
	потенциальные	Российской	1
	источники	Федерации в области	
	информации	интеллектуальной	
	(среди сайтов	собственности,	
	производителей и	правила	
	производителеи и	правила	

		T	T
	основных	использования	
	дистрибьюторов	информационных	
	товаров,	материалов в	
	конкурентов,	Интернет	
	тематических	УК ОС-6.5. У-1.	Интернет-технологии в
	сообществ и	Умеет работать с	рекламе
	форумов,	большими объемами	
	электронных и	информации	
	печатных		
	каталогов и		
	справочников,		
	информационных		
	систем и баз		
	данных		
	организации)		
	УК ОС-6.6.	УК ОС-6.6. 3-1. Знает	Интернет-технологии в
	Обосновывает	основные принципы	рекламе
	траекторию	личностного и	
	личностного и	профессионального	
	профессиональног	роста	
	о роста,	УК ОС-6.6. 3-2. Знает	Интернет-технологии в
	основываясь на	основные методы	рекламе
	методах	самоменеджмента и	
	самоменеджмента	самоорганизации	
	и самоорганизации	УК ОС-6.6. У-1.	Интернет-технологии в
	под поставленную	Умеет применять	рекламе
	задачу	совокупность	
	-	траекторий	
		саморазвития	
УК ОС-7. Способен поддерживать	УК ОС-7.1.	УК ОС-7.1. 3-1. Знает	Физическая культура и
уровень физического здоровья,	Объясняет	роли и основы	спорт
достаточного для обеспечения	важность участия	физической культуры	•
полноценной социальной и	в организованных	в развитии человека и	

профессиональной деятельности	физкультурно-	подготовке	
профессиональной деятельности	оздоровительных	специалиста	
	и спортивных	УК ОС-7.1. У-1.	Физическая культура и
	занятиях	Умеет обеспечивать	
	запятиях		спорт
		сохранение и	
		укрепление здоровья,	
		развитие и	
		совершенствование	
		психофизических способностей и	
		качеств	<i>A</i>
		УК ОС-7.1. У-2.	Физическая культура и
		Умеет творчески	спорт
		использовать средства	
		и методы физического	
		воспитания для	
		личностно-	
		профессионального	
		развития, физического	
		самосовершенствован	
		ия, формирования	
		здорового образа и	
		стиля жизни	
	УК ОС-7.2.	УК ОС-7.2. 3-1. Знает	Элективные курсы по
	Поддерживает и	основы физической	физической культуре:
	развивает уровень	культуры в развитии	Легкая атлетика;
	своей физической	человека и подготовке	Фитнес; Спортивные
	подготовленности	специалиста	игры
	на основе		
	самостоятельного	УК ОС-7.2. У-1.	Элективные курсы по
	выбора вида	Умеет творчески	физической культуре:
	физкультурно-	использовать средства	Легкая атлетика;
	спортивной	и методы физического	Фитнес; Спортивные

1	T	
деятельности,	воспитания для	игры
исходя из личных	личностно-	
И	профессионального	
профессиональны	развития, физического	
х целей	самосовершенствован	
	ия, формирования	
	здорового образа и	
	стиля жизни	
	УК ОС-7.2. У-2.	Элективные курсы по
	Умеет обеспечивать	физической культуре:
	сохранение и	Легкая атлетика;
	укрепление здоровья,	Фитнес; Спортивные
	развитие и	игры
	совершенствование	
	психофизических	
	способностей и	
	качеств	
УК ОС-7.3. На	УК ОС-7.3. 3-1. Знает	Элективные курсы по
основе	методы поддержания	физической культуре:
самодиагностики	физического здоровья	Легкая атлетика;
физического		Фитнес; Спортивные
состояния		игры
отбирает и	УК ОС-7.3. 3-2. Знает	Элективные курсы по
реализует методы	методы и принципы	физической культуре:
поддерживания	самодиагностики	Легкая атлетика;
физического	физического	Фитнес; Спортивные
здоровья	состояния	игры
_	УК ОС-7.3. У-1.	Элективные курсы по
	Умеет проводить	физической культуре:
	самодиагностику	Легкая атлетика;
	физического	Фитнес; Спортивные
	состояния	игры
	УК ОС-7.3. У-2.	Элективные курсы по

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 жизнедеятельност и для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	Умеет отбирать и реализовывать методы поддерживания физического здоровья УК ОС-8.1. З-1. Знает способы выявления и предупреждения угроз, виды чрезвычайных 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	физической культуре: Легкая атлетика; Фитнес; Спортивные игры Безопасность жизнедеятельности 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

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

П		
Приводит	гражданское	
экономическое	законодательство	
обоснование	Российской	
принимаемых	Федерации;	
решений в	корпоративные	
различных сферах	стандарты,	
деятельности	регламенты и иные	
	локальные	
	нормативные акты,	
	регулирующие	
	профессиональную	
	деятельность	
	УК ОС-9.2. 3-2. Знает	Основы маркетинга
	основные понятия	
	теории маркетинга,	
	маркетинговые	
	технологии, методы	
	оценки позиции	
	интернет-сайта в	
	поисковых системах	
	УК ОС-9.2. 3-3. Знает	Основы маркетинга
	основные принципы	-
	организации	
	рекламной кампании	
	УК ОС-9.2. 3-4. Знает	Основы маркетинга
	основные способы	
	сбора, обработки,	
	анализа и наглядного	
	представления	
	информации; основы	
	проектной	
	деятельности	
	УК ОС-9.2. У-1.	Основы маркетинга

V
Умеет вести деловые
переговоры,
устанавливать
деловые отношения с
партнерами
(клиентами);
выступать на
публичных
мероприятиях с
докладами и
презентациями
УК ОС-9.2. У-2. Основы маркетинга
Умеет выявлять
факторы,
определяющие
потребительский
спрос на продукцию
СМИ, существенные
характеристики
целевой аудитории
потребителей
УК ОС-9.2. У-3. Основы маркетинга
Умеет использовать
современные
информационно-
коммуникационные
технологии и
специализированные
программные
продукты, интернет-
технологии
УК ОС-9.2. У-4. Основы маркетинга
Умеет находить и

1		 _
	анализировать	
	необходимую	
	информацию,	
	применять	
	количественные и	
	качественные методы	
	анализа	
	УК ОС-9.2. У-5.	Основы маркетинга
	Умеет составлять	
	аналитические	
	отчеты, проводить	
	презентацию	
	результатов	
	маркетингового	
	исследования	
УК ОС-9.3.	УК ОС-9.3. 3-1. Знает	Экономика
Обосновывает	гражданское	
собственную	законодательство	
точку зрения по	Российской	
различным	Федерации	
аспектам	УК ОС-9.3. 3-2. Знает	Экономика
социально-	основные способы	
экономической	сбора, обработки,	
политики	анализа и наглядного	
государства	представления	
	информации	
	УК ОС-9.3. У-1.	Экономика
	Умеет использовать	
	современные	
	информационно-	
	коммуникационные	
	технологии и	
	специализированные	

			T
		программные	
		продукты	
		УК ОС-9.3. У-2.	Экономика
		Умеет находить и	
		анализировать	
		необходимую	
		информацию,	
		применять	
		количественные и	
		качественные методы	
		анализа	
		УК ОС-9.3. У-3.	Экономика
		Умеет выявлять	
		факторы,	
		определяющие	
		потребительский	
		спрос на продукцию	
		СМИ, существенные	
		характеристики	
		целевой аудитории	
		потребителей	
		УК ОС-9.3. У-4.	Экономика
		Умеет составлять	
		договоры гражданско-	
		правового характера,	
		оформлять	
		необходимую	
		документацию по	
		реализации договоров	
УК ОС-10. Способен демонстрировать и	УК ОС-10.1.	УК ОС-10.1. 3-1.	Политология
формировать нетерпимое отношение к	Применяет	Знает принципы	
коррупционному поведению	актуальные	функционирования	
	правовые знания	современного	

при составлении и	общества,	
заключении	социальных,	
договоров на	экономических,	
исследования в	правовых,	
профессиональной	политических	
сфере	механизмов и	
	регуляторов	
	общественных	
	процессов и	
	отношений	
	УК ОС-10.1. 3-2.	Политология
	Знает социально	
	значимые проблемы и	
	процессы в контексте	
	своей социальной и	
	профессиональной	
	деятельности	
	УК ОС-10.1. У-1.	Политология
	Умеет	
	ориентироваться в	
	общественных,	
	социальных и	
	политических	
	обстоятельствах,	
	относящихся к сферам	
	будущей	
	профессиональной	
	деятельности	
	УК ОС-10.1. У-2.	Политология
	Умеет применять	
	различные научно-	
	политические	
	концепции в рамках	

	V 7 V	
	своей будущей	
	профессиональной	
	деятельности	
УК ОС-10.2.	УК ОС-10.2. 3-1.	Правовое
Юридически	Знает гражданское	регулирование
грамотно	законодательство	массовых
квалифицирует	Российской	коммуникаций
действие/бездейст	Федерации;	
вие как	корпоративные	
коррупционное и	стандарты,	
определяет меры,	регламенты и иные	
направленные на	локальные	
противодействие	нормативные акты,	
коррупционному	регулирующие	
поведению	профессиональную	
	деятельность	
	УК ОС-10.2. 3-2.	Правовое
	Знает маркетинговые	регулирование
	технологии и методы	массовых
	оценки позиции	коммуникаций
	интернет-сайта в	,
	поисковых системах	
	УК ОС-10.2. 3-3.	Правовое
	Знает основные	регулирование
	принципы	массовых
	организации	коммуникаций
	рекламной кампании	
	и основы проектной	
	деятельности	
	УК ОС-10.2. 3-4.	Правовое
	Знает основные	регулирование
	способы сбора,	массовых
	обработки, анализа и	коммуникаций
	оораоотки, анализа и	коммуникации

T	T
наглядного	
представления	
информации	
УК ОС-10.2. 3-5.	Правовое
Знает правила охраны	регулирование
труда, пожарной	массовых
безопасности,	коммуникаций
производственной	
санитарии,	
внутренний трудовой	
распорядок	
УК ОС-10.2. У-1.	Правовое
Умеет вести деловые	регулирование
переговоры,	массовых
устанавливать	коммуникаций
деловые отношения с	
партнерами	
(клиентами)	
УК ОС-10.2. У-2.	Правовое
Умеет составлять	регулирование
договоры гражданско-	массовых
правового характера,	коммуникаций
оформлять	
необходимую	
учетную и отчетную	
документацию	
УК ОС-10.2. У-3.	Правовое
Умеет находить и	регулирование
анализировать	массовых
необходимую	коммуникаций
информацию,	
применять	
количественные и	

T		T	<u> </u>
		качественные методы	
		анализа	
УК ОС-11. Способен идентифицировать	УК ОС-11.1.	УК ОС-11.1. 3-1.	Основы национальной
проявления экстремизма и участвовать в	Идентифицирует	Знает признаки и	безопасности
принятии профилактических мер,	проявления	критерии	
направленных на предупреждении	экстремизма	идентификации	
экстремисткой, в том числе		экстремистской	
террористической деятельности		деятельности	
		УК ОС-11.1 У-1.	Основы национальной
		Умеет	безопасности
		идентифицировать и	
		классифицировать	
		угрозы экстремизма в	
		сфере национальной	
		безопасности	
		УК ОС-11.1. У-2.	Основы национальной
		Умеет распознавать	безопасности
		экстремистские	
		проявления	
	УК ОС-11.2.	УК ОС-11.2. 3-1.	Основы национальной
	Участвует в	Знает представление	безопасности
	принятии	об экстремизме и	
	профилактических	терроризме в сфере	
	мер,	национальной	
	направленных на	безопасности	
	предупреждение	УК ОС-11.2. У-1.	Основы национальной
	экстремистской, в	Умеет	безопасности
	том числе	классифицировать	
	террористической	угрозы экстремизма и	
	деятельности	терроризма в сфере	
	7	национальной	
		безопасности,	
		определять способы	
		определять способы	

ì
й
КИН
КИН
КИН
КИН
[LH

тексты на	медийного рынка (с	Основы теории
заданную	позиций	коммуникации
тематику	востребованности	
	текстов)	
	ОПК-1.2. 3-2. Знает	Основы редактирования
	корпоративные	и копирайтинг
	требования к текстам	Основы теории
	телерадиовещательны	коммуникации
	х СМИ	
	ОПК-1.2. 3-3. Знает	Основы редактирования
	принципы	и копирайтинг
	копирайтинга и	Основы теории
	рерайта	коммуникации
	ОПК-1.2. У-1. Умеет	Основы редактирования
	выявлять ключевые	и копирайтинг
	моменты в исходном	Основы теории
	материале для	коммуникации
	последующего	
	использования в	
	новом продукте	
	(тексте)	
ОПК-1.3.	ОПК-1.3. 3-1. Знает	Основы теории
Управляет	современные	коммуникации
дискуссиями с	концепции	
участниками	коммуникации	
сообщества	ОПК-1.3. 3-2. Знает	Основы теории
	специальные	коммуникации
	терминологии веб-	
	этикета	
	ОПК-1.3. У-1. Умеет	Основы теории
	вести диалоги и	коммуникации
	управлять	
	дискуссиями с	

	участием большого	
	числа активных	
	пользователей	
ОПК-1.4.	ОПК-1.4. 3-1. Знает	Теория и практика
Подготавливает	принципы и	массовой
контент для	механизмы работы	коммуникации
публикации медиа,	поисковых систем,	
владеет методами	функциональные	
структурирования	возможности	
информации,	популярных сервисов	
текстов на	поиска	
русском и (или)	ОПК-1.4. 3-2. Знает	Теория и практика
иностранном	виды, средства,	массовой
языках	формы и методы	коммуникации
	коммуникаций в	
	рыночной среде	
	ОПК-1.4. 3-3. Знает	Теория и практика
	законодательство	массовой
	Российской	коммуникации
	Федерации в области	
	интеллектуальной	
	собственности,	
	правила	
	использования	
	информационных	
	материалов в	
	Интернет	
	ОПК-1.4. У-1. Умеет	Теория и практика
	осуществлять	массовой
	навигацию по	коммуникации
	различным веб-	
	ресурсам,	
	регистрироваться на	

		сайте	
		ОПК-1.4. У-2. Умеет	Теория и практика
		работать с	массовой
		агрегаторами	коммуникации
		новостей,	
		электронными	
		подписками,	
		социальными сетями,	
		форумами	
		ОПК-1.4. У-3. Умеет	Теория и практика
		применять	массовой
		технологии, техники и	коммуникации
		методы рекламной	-
		коммуникации	
ОПК-2. Способен учитывать тенденции	ОПК-2.1.	ОПК-2.1. 3-1. Знает	История рекламы
развития отечественных и	Обрабатывает	гражданское	
государственных институтов для их	комментарии	законодательство	
разностороннего освещения в	пользователей,	Российской	
создаваемых медиатекстах и (или)	готовит	Федерации	
медиапродуктах, и (или)	оперативные	ОПК-2.1. 3-2. Знает	История рекламы
коммуникационных продуктах	ответы,	корпоративные	1 1
	анализирует и	стандарты,	
	корректирует	регламенты и иные	
	ответы,	локальные	
	подготовленные	нормативные акты,	
	представителями	регулирующие	
	организации, ведет	профессиональную	
	базы данных и	деятельность	
	отчеты по	ОПК-2.1. У-1. Умеет	История рекламы
	обращениям,	определять виды	r r
	вопросам,	спама и	
	жалобам;	нежелательного	
	анализирует	контента, методы и	

I			
	ситуацию на	средства борьбы с	
	рынке продукции	ними	
	любых СМИ		
	ОПК-2.2.	ОПК-2.2. 3-1. Знает	Политология
	Представляет	основные компоненты	Социология массовых
	продвигаемую	системы	коммуникаций
	продукцию любых	маркетинговых	
	СМИ на	коммуникаций,	
	публичных	коммуникационные	
	мероприятиях;	стратегии компании и	
	организует	бренда	
	проекты,	ОПК-2.2. 3-2. Знает	Политология
	направленные на	основные принципы	Социология массовых
	повышение	организации	коммуникаций
	узнаваемости	рекламной кампании	
	продукции любых	ОПК-2.2. 3-3. Знает	Политология
	СМИ, включая	русский язык на	Социология массовых
	благотворительны	высоком уровне	коммуникаций
	е мероприятия;	(грамматика,	-
	ведет мониторинг	орфоэпия,	
	изменений на	стилистика)	
	сайте организации,	ОПК-2.2. 3-4. Знает	Политология
	выявляет наиболее	корпоративные	Социология массовых
	значимые	стандарты,	коммуникаций
	обновления;	регламенты и иные	
	модерирует	локальные	
	обсуждения на	нормативные акты,	
	сайте, в форуме и	регулирующие	
	социальных сетях	профессиональную	
	и совершенствует	деятельность	
	процесс	ОПК-2.2. У-1. Умеет	Политология
	модерации	выступать на	Социология массовых
	-	публичных	коммуникаций

1	T	T
	мероприятиях с	
	докладами и	
	презентациями	
	ОПК-2.2. У-2. Умеет	Политология
	вести деловые	Социология массовых
	переговоры,	коммуникаций
	устанавливать	
	деловые отношения с	
	партнерами	
	(клиентами)	
ОПК-2.3.	ОПК-2.3. 3-1. Знает	Правовое
Осуществляет	основные способы	регулирование
самостоятельный	сбора, обработки,	массовых
поиск и выбор	анализа и наглядного	коммуникаций
событий, явлений	представления	
как материала для	информации	
публикаций,	ОПК-2.3. 3-2. Знает	Правовое
выделяет	основы	регулирование
специфику и	маркетинговых	массовых
особенности темы,	технологий	коммуникаций
верно определяет	ОПК-2.3. У-1. Умеет	Правовое
основную	находить и	регулирование
сюжетную линию	анализировать	массовых
освещаемой темы	необходимую	коммуникаций
	информацию,	
	применять	
	количественные и	
	качественные методы	
	анализа	
	ОПК-2.3. У-2. Умеет	Правовое
	использовать	регулирование
	современные	массовых
	информационно-	коммуникаций

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,	коммуникационные технологии и специализированные программные продукты, интернеттехнологии ОПК-3.1. З-1. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации ОПК-3.1. У-1. Умеет находить и анализировать необходимую информацию,	История рекламы История рекламы
	сообществ и форумов, электронных и печатных каталогов и справочников, информационных систем и баз данных организации) ОПК-3.2. Оценивает оригинальность	количественные и качественные методы анализа ОПК-3.1. У-2. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты ОПК-3.2. 3-1. Знает методы и принципы эстетической оценки	История рекламы История искусства и дизайна

идеи нового	позиции интернет-	
продукта, пишет	сайта в поисковых	
информационные	системах	
материалы для	ОПК-3.2. 3-2. Знает	История искусства и
сайтов, адаптирует	эстетические	дизайна
текстовые	принципы	
материалы для	редактирования	
внутренней	информации	
поисковой	ОПК-3.2. У-1. Умеет	История искусства и
оптимизации;	использовать	дизайна
формирует	современные	
рекомендации для	информационно-	
создания	коммуникационные	
промороликов	технологии, в том	
	числе интернет-	
	технологии	
	ОПК-3.2. У-2. Умеет	История искусства и
	подбирать темы для	дизайна
	материалов,	
	планировать	
	освещение событий,	
	находить экспертов и	
	комментаторов	
	ОПК-3.2. У-3. Умеет	История искусства и
	определять	дизайна
	актуальные и	
	интересные темы для	
	потребителей	
	продуктов	
	телерадиовещательны	
	х СМИ	
ОПК-3.3.	ОПК-3.3. 3-1. Знает	Культурология
Ориентируется в	конъюнктуру	

T	I	Ι	1
	реалиях	медийного рынка,	
	российского и	мировые тенденции в	
	зарубежного	киноиндустрии	
	медиарынков,	ОПК-3.3. 3-2. Знает	Культурология
	владеет	базовые понятия и	
	основными	концепции	
	(базовыми)	культурологии	
	принципами	ОПК-3.3. У-1. Умеет	Культурология
	разработки	прогнозировать	
	концепции	(оценивать)	
	медиапроекта (в	успешность будущего	
	том числе	продукта	
	моделирования и	ОПК-3.3. У-2. Умеет	Культурология
	дизайна),	выявлять ключевые	
	методами ее	моменты в исходном	
	анализа и	материале для	
	коррекции,	последующего	
	выстраивает	использования в	
	алгоритмы работы	новом продукте	
	с учетом	ОПК-3.3. У-3. Умеет	Культурология
	современных	анализировать	
	практик	информацию из	
	1	различных	
		источников,	
		определять степень ее	
		достоверности,	
		ориентироваться в	
		новостном	
		пространстве,	
		информационном	
OTIV 4 C		поле	0
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и	ОПК-4.1. Ищет и	ОПК-4.1. 3-1. Знает	Основы маркетинга
потребности общества и аудитории в	отбирает	основные понятия	

профессиональной деятельности	организации,	теории маркетинга и	
	осуществляющие	маркетинговые	
	маркетинговые	технологии	
	исследования,	ОПК-4.1. 3-2. Знает	Основы маркетинга
	проводящие	основные принципы	
	социологические	организации	
	опросы,	рекламной кампании	
	предоставление	ОПК-4.1. 3-3. Знает	Основы маркетинга
	информации и	основы проектной	-
	оказывающие	деятельности	
	иные услуги,	ОПК-4.1. У-1. Умеет	Основы маркетинга
	необходимые для	выявлять факторы,	
	анализа ситуации	определяющие	
	на рынке	потребительский	
	продукции СМИ;	спрос на продукцию	
	организует	СМИ, существенные	
	проекты,	характеристики	
	направленные на	целевой аудитории	
	повышение	потребителей	
	узнаваемости	ОПК-4.1. У-2. Умеет	Основы маркетинга
	продукции СМИ,	находить и	•
	включая	анализировать	
	благотворительны	необходимую	
	е мероприятия;	информацию,	
	согласует	применять	
	маркетинговую	количественные и	
	стратегию с	качественные методы	
	целями, задачами	анализа	
	и стратегиями	ОПК-4.1. У-3. Умеет	Основы маркетинга
	других	составлять	1
	подразделений и	аналитические	
	организации в	отчеты, проводить	
	целом	презентацию	

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

	измеримые и	
	достоверные	
	показатели,	
	характеризующие	
	продвижение	
	продукции СМИ	
ОПК-4.3.	ОПК-4.3. 3-1. Знает	Маркетинговые
Отбирает темы	сновные	исследования и
публикаций в	коммуникативные	ситуационный анализ
соответствии с	принципы	
параметрами	организации	
целевых	рекламной кампании	
аудиторий,	ОПК-4.3. 3-2. Знает	Маркетинговые
релевантных	принципы построения	исследования и
профессиональной	убеждающей речи	ситуационный анализ
деятельности,	ОПК-4.3. У-1. Умеет	Маркетинговые
выстраивает	использовать	исследования и
коммуникацию с	современные	ситуационный анализ
авторами в рамках	информационно-	_
осуществления	коммуникационные	
профессиональной	технологии для	
деятельности в	публичного	
современных	выступления, в том	
СМИ	числе интернет-	
	технологии	
	ОПК-4.3. У-2. Умеет	Маркетинговые
	выступать на	исследования и
	публичных	ситуационный анализ
	мероприятиях с	-
	докладами и	
	презентациями	
	ОПК-4.3. У-3. Умеет	Маркетинговые
	вести деловые	исследования и

			перегороры	ситуационный анализ
			переговоры,	ситуационный анализ
			устанавливать	
			деловые отношения с	
			партнерами	
OHIC	5 Crace Four Average Ports	ОПК-5.1.	(клиентами)	Пиопопо
	-5. Способен учитывать в		ОПК-5.1. 3-1. Знает	Правовое
	ессиональной деятельности	Составляет и	корпоративные	регулирование
	енции развития	заключает договор	стандарты,	массовых
	акоммуникативных систем региона,	на проведение	регламенты и иные	коммуникаций
	ны и мира, исходя из политических	маркетингового	локальные	
	номических механизмов их	исследования,	нормативные акты,	
1.5	ционирования, правовых и	социологического	регулирующие	
этиче	еских норм регулирования	опроса, о	профессиональную	
		предоставлении	деятельность	
		информации или	ОПК-5.1. 3-2. Знает	Правовое
		иных услуг,	основные способы	регулирование
		необходимых для	сбора, обработки,	массовых
		анализа ситуации	анализа и наглядного	коммуникаций
		на рынке	представления	
		продукции СМИ;	информации	
		контролирует	ОПК-5.1. У-1. Умеет	Правовое
		выполнение	выявлять факторы,	регулирование
		договора,	определяющие	массовых
		принимает	потребительский	коммуникаций
		результаты	спрос на продукцию	,
		маркетингового	СМИ, существенные	
		исследования,	характеристики	
		социологического	целевой аудитории	
		опроса, иных	потребителей	
		работ и услуг,	ОПК-5.1. У-2. Умеет	Правовое
		необходимых для	составлять	регулирование
		анализа ситуации	аналитические	массовых
		на рынке	отчеты, проводить	коммуникаций

	T	
продукции СМИ и	презентацию	
продвижения	результатов	
интернет-сайта	маркетингового	
продукции СМИ в	исследования	
поисковых		
системах;		
анализирует		
эффективность		
продвижения		
продукции СМИ		
ОПК-5.2.	ОПК-5.2. 3-1. Знает	Введение в
Проводит анализ	корпоративные	медиапланирование
ситуации,	стандарты,	Маркетинговые
управленческих	регламенты и иные	исследования и
решений,	локальные	ситуационный анализ
актуальность тем	нормативные акты,	
для материалов с	регулирующие	
учетом специфики	профессиональную	
различных видов	деятельность	
печатных изданий,	ОПК-5.2. У-1. Умеет	Введение в
исходя из	оперативно	медиапланирование
политических и	реагировать на	Маркетинговые
экономических	изменяющуюся	исследования и
механизмов их	ситуацию в интересах	ситуационный анализ
функционировани	организации	
я, правовых и	ОПК-5.2. У-2. Умеет	Введение в
этических норм	определять	медиапланирование
регулирования	необходимость	Маркетинговые
самостоятельно	оперативного влияния	исследования и
взаимодействует с	на ситуацию	ситуационный анализ
участниками	ОПК-5.2. У-3. Умеет	Введение в
коммуникационно	ставить цели и	медиапланирование
го процесса	определять пути их	Маркетинговые

			достижения	исследования и
				ситуационный анализ
	ОПК-6. Способен понимать принципы	ОПК-6.1.	ОПК-6.1. 3-1. Знает	Цифровые технологии
	работы современных информационных	Редактирует	принципы и	
	технологий и использовать их для	информацию на	механизмы работы	
	решения задач профессиональной	сайте	поисковых систем,	
	деятельности		функциональные	
			возможности	
			популярных сервисов	
			поиска	
			ОПК-6.1. 3-2. Знает	Цифровые технологии
			законодательство	
			Российской	
			Федерации в области	
			интеллектуальной	
			собственности,	
			правила	
			использования	
			информационных	
			материалов в	
			Интернет	
			ОПК-6.1. 3-3. Знает	Цифровые технологии
			технологии	
			организации и	
			ведения новостных	
			лент, RSS-каналов,	
			электронных	
			подписок, рассылок	
			по электронной почте	
			ОПК-6.1. У-1. Умеет	Цифровые технологии
			подбирать	
			иллюстрации для веб-	
			страниц и статей	

	OTHER CALVANA	TT 1
	ОПК-6.1. У-2. Умеет	Цифровые технологии
	осуществлять	
	навигацию по	
	различным веб-	
	ресурсам,	
	регистрироваться на	
	сайте	
ОПК-6.2.	ОПК-6.2. 3-1. Знает	Цифровые технологии
Контролирует	принципы и	
качество	механизмы работы	
отображения	поисковых систем,	
текстов	функциональные	
	возможности	
	популярных сервисов	
	поиска	
	ОПК-6.2. 3-2. Знает	Цифровые технологии
	технологии	
	организации и	
	ведения новостных	
	лент, RSS-каналов,	
	электронных	
	подписок, рассылок	
	по электронной почте	
	ОПК-6.2. У-1. Умеет •	Цифровые технологии
	подбирать	, 11
	иллюстрации для веб-	
	страниц и статей	
	ОПК-6.2. У-2. Умеет	Цифровые технологии
	осуществлять	
	навигацию по	
	различным веб-	
	ресурсам,	
	регистрироваться на	

	сайте	
ОПК-6.3.	ОПК-6.3. 3-1. Знает	Интернет-технологии в
Редактирует текст	законодательство	рекламе
и корректирует	Российской	permane
отображение веб-	Федерации в области	
страниц	интеллектуальной	
Tpulling	собственности,	
	правила	
	использования	
	информационных	
	материалов в	
	Интернет	
	ОПК-6.3. 3-2. Знает	Интернет-технологии в
	основы внутренней	рекламе
	поисковой	pendiame
	оптимизации (в том	
	числе рекомендации	
	по использованию	
	ключевых фраз, слов,	
	ссылок)	
	ОПК-6.3. 3-3. Знает	Интернет-технологии в
	современное	рекламе
	системное	Permana
	программное	
	обеспечение для	
	автоматизации	
	процессов дизайн-	
	проектирования в	
	рекламной	
	деятельности	
	ОПК-6.3. У-1. Умеет	Интернет-технологии в
	владеть текстовым	рекламе
	редактором	F

	ОПК-6.3. У-2. Умеет	Интернет-технологии в
	подготавливать	рекламе
	1	рекламе
	текстовые и	
	графические,	
	презентационные и	
	рабочие материалы в	
	рамках традиционных	
	и современных	
OTHE CA	средств рекламы	***
ОПК-6.4.	ОПК-6.4. 3-1. Знает	Интернет-технологии в
Выбирает	современное	рекламе
информационные	системное	
технологии и	программное	
программное	обеспечение для	
обеспечение	автоматизации	
	процессов дизайн-	
	проектирования в	
	рекламной	
	деятельности	
	ОПК-6.4. У-1. Умеет	Интернет-технологии в
	работать над	рекламе
	программным	
	обеспечением,	
	используя	
	информационные	
	технологии	
ОПК-6.5.	ОПК-6.5. 3-1. Знает	Интернет-технологии в
Осуществляет	основы внутренней	рекламе
поисковую	поисковой	
оптимизацию и	оптимизации (в том	
адаптацию	числе рекомендации	
тестовых	по использованию	
материалов	ключевых фраз, слов,	

	1		T
		ссылок)	
		ОПК-6.5. У-1. Умеет	Интернет-технологии в
		работать с большими	рекламе
		объемами	
		информации	
	ОПК-6.6.	ОПК-6.6. 3-1. Знает	Интернет-технологии в
	Использует	профессиональную	рекламе
	необходимые	терминологию в	
	информационно-	сфере интернет-	
	реферативные	дизайна	
	системы, а также	ОПК-6.6. 3-2. Знает	Интернет-технологии в
	средства	современное	рекламе
	визуализации	системное	
	основных	программное	
	результатов	обеспечение для	
	собственной	автоматизации	
	деятельности	процессов дизайн-	
		проектирования в	
		рекламной	
		деятельности	
		ОПК-6.6. У-1. Умеет	Интернет-технологии в
		подготавливать	рекламе
		текстовые и	
		графические,	
		презентационные и	
		рабочие материалы в	
		рамках традиционных	
		и современных	
		средств рекламы	
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и	ОПК-7.1.	ОПК-7.1. 3-1. Знает	Социология массовых
последствия своей профессиональной	Разрабатывает	гражданское	коммуникаций
деятельности, следуя принципам	предложения по	законодательство	-
социальной ответственности	корректировке	Российской	

T	<u> </u>	
стратегий и	Федерации;	
программ	корпоративные	
продвижения	стандарты,	
продукции СМИ;	регламенты и иные	
согласует	локальные	
тематику нового	нормативные акты,	
продукта с	регулирующие	
руководством;	профессиональную	
контролирует	деятельность	
сроки выполнения	ОПК-7.1. 3-2. Знает	Социология массовых
работ по	основные способы	коммуникаций
подготовке	сбора, обработки,	
сценарного	анализа и наглядного	
материала;	представления	
представляет	информации	
проекты	ОПК-7.1. 3-3. Знает	Социология массовых
управленческих	маркетинговые	коммуникаций
решений по	технологии;	
продвижению	принципы построения	
продукции СМИ	и оценки обратной	
руководству	связи с	
организации;	потребителями	
принимает	продукции СМИ	
результаты	ОПК-7.1. 3-4. Знает	Социология массовых
маркетингового	правила охраны	коммуникаций
исследования,	труда, пожарной	
социологического	безопасности,	
опроса	внутренний трудовой	
	распорядок	
	ОПК-7.1. У-1. Умеет	Социология массовых
	анализировать	коммуникаций
	результаты	
	продвижения	

	продинии СМИ на	
	продукции СМИ на	
	основе полученных	
	данных	
	ОПК-7.1. У-2. Умеет	Социология массовых
	выявлять факторы,	коммуникаций
	определяющие	
	потребительский	
	спрос на продукцию	
	СМИ, существенные	
	характеристики	
	целевой аудитории	
	потребителей	
	ОПК-7.1. У-3. Умеет	Социология массовых
	формулировать	коммуникаций
	наблюдаемые,	
	измеримые и	
	достоверные	
	показатели,	
	характеризующие	
	продвижение	
	продукции СМИ	
ОПК-7.2.	ОПК-7.2. 3-1. Знает	Психология массовых
Организует	гражданское	коммуникаций
проекты,	законодательство	,
направленные на	Российской	
повышение	Федерации;	
узнаваемости	корпоративные	
продукции СМИ,	стандарты,	
включая	регламенты и иные	
благотворительны	локальные	
е мероприятия	нормативные акты,	
- moponpiniini	регулирующие	
	профессиональную	
	профессиональную	

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

	T	
	находить и	коммуникаций
	анализировать	
	необходимую	
	информацию,	
	применять	
	количественные и	
	качественные методы	
	анализа	
	ОПК-7.2. У-3. Умеет	Психология массовых
	использовать	коммуникаций
	современные	
	информационно-	
	коммуникационные	
	технологии, в том	
	числе интернет-	
	технологии и	
	специализированные	
	программные	
	продукты	
	ОПК-7.2. У-4. Умеет	Психология массовых
	анализировать	коммуникаций
	результаты	
	продвижения	
	продукции СМИ на	
	основе полученных	
	данных	
ОПК-7.3.	ОПК-7.3. 3-1. Знает	Маркетинговые
Проводит анализ	маркетинговые	исследования и
социологических и	технологии и	ситуационный анализ
маркетинговых	технологии бренд-	-
исследований с	менеджмента	
учетом правовых	ОПК-7.3. 3-2. Знает	Маркетинговые
норм и учетом	технологии	исследования и

общественного	сегментирования	ситуационный анализ
мнения	рынка,	
	позиционирования	
	продуктов и	
	компаний, оценки	
	конкурентоспособнос	
	ти продуктов	
	конкурентов	
	ОПК-7.3. У-1. Умеет	Маркетинговые
	интегрировать	исследования и
	различные средства	ситуационный анализ
	продвижения в	
	комплекс	
	маркетинговые	
	коммуникаций	
	ОПК-7.3. У-2. Умеет	Маркетинговые
	разрабатывать	исследования и
	концептуальные и	ситуационный анализ
	стратегические	
	документы в области	
	маркетинга	

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

Типы задач	Область(и) и	Реквизиты	Обобщенная	Код и	Код и	Код и	Дисциплины
профессиональ	(или) сфера(ы)	Профстанда	трудовая	наименование	наименование	наименование	(модули), практики,
ной	профессионал	рта	функция	компетенции	индикатора	образовательно	государственные
деятельности	ьной		(ФТФ)		достижения	го результата	аттестационные

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

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

		no och i ordin v	202701114 11	
		российских и	создания и	ознакомительная
		зарубежных	логического	практика
		источников	редактирования	
		информации	текстов	T
			ПК-1.3. У-1.	Логика
			Умеет	Профессионально-
			использовать	ознакомительная
			современные	практика
			информационно-	
			коммуникацион	
			ные технологии	
			И	
			специализирован	
			ные	
			программные	
			продукты	
			ПК-1.3. У-2.	Логика
			Умеет выявлять	Профессионально-
			факторы,	ознакомительная
			определяющие	практика
			потребительский	
			спрос на	
			продукцию	
			СМИ,	
			существенные	
			характеристики	
			целевой	
			аудитории	
			потребителей	
			ПК-1.3. У-3.	Логика
			Умеет	Профессионально-
			составлять	ознакомительная
	1			

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

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

	ПК-1.5. У-2. Умеет работать в текстовом	Работа с текстами в системе медиакоммуникаций
	редакторе	Mognakowiwi yii mkaqiini
ПК-1.6.	ПК-1.6. 3-1.	Теория и практика
Осуществляет	Знает принципы	информационного
мониторинг	и механизмы	повода
новостных	работы	
лент, форумов,	поисковых	
социальных	систем,	
сетей,	функциональные	
рассылок;	возможности	
создает	популярных	
сценарный	сервисов поиска	
материал для		Теория и практика
нового	Знает	информационного
продукта;	законодательств	повода
формирует	о Российской	
требования к	' ' I '	
создаваемому	области	
сценарному	интеллектуально	
материалу и	й собственности,	
инициирует	правила	
творческие	использования	
идеи для	информационны	
создания новых	х материалов в	
продуктов	Интернет	
	ПК-1.6. У-1.	Теория и практика
	Умеет владеть	информационного
	различными	повода
	методами поиска	
	информации в	
	Интернет (по	

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

Проектный	06. СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИ	06.009 СПЕЦИАЛИ	B/01.6-04.6 Организация	ПК-2. Способен	ПК-2.1. Извлекает	понятия и концепции логики ПК-1.7. У-1. Умеет выявлять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте ПК-2.1. 3-1. Знает	Преддипломная практика Семиотика медийного текста
	ОННЫЕ И	СТ ПО	продвижения	организовать	недостающую	семиотические	Связи с
	КОММУНИКА	ПРОДВИЖЕ	продукции	продвижение	графическую и	аспекты	общественностью в
	ЦИОННЫЕ	И ОИН	СМИ	готовых	(или)	технологий	органах
	ТЕХНОЛОГИ	РАСПРОСТ		медийных	текстовую	организации и	государственного и
	И	РАНЕНИЮ		продуктов и	информацию,	ведения	муниципального
		ПРОДУКЦИ		продуктов на	подбирает	новостных лент,	управления
		И СРЕДСТВ		этапе создания	графические	RSS-каналов,	Связи с
		MACCOBO		в интересах	иллюстрации	электронных	общественностью в
		Й		государственн	на веб-	подписок,	"электронном
		ИНФОРМА		ых и	страницы для	рассылок по	государстве"
		ЦИИ		негосударствен	повышения	электронной	Видеомонтаж в
		Приказ		ных	конверсии;	почте	рекламе
		Минтруда		организаций	осуществляет	ПК-2.1. У-1.	Семиотика медийного
		России от			мониторинг	Умеет	текста
		04.08.2014 N			тематических	пользоваться	Связи с
		535н "Об			сайтов для	различными	общественностью в
		утверждени			выявления	методами поиска	органах
		И			новой,	информации в	государственного и
		профессиона			значимой и	Интернет (по	муниципального

льно	20	интересно	й ключевым	управления
		информац		управления Связи с
станд		информац		
"Специ	лист		помощью	общественностью в
по			каталогов)	"электронном
продви				государстве"
Ю				Видеомонтаж в
распро	гран			рекламе
ени			ПК-2.1. У-2.	Семиотика медийного
проду	ции		Умеет подбирать	текста
сред	ГВ		иллюстрации	Связи с
массо	ой		для веб-страниц	общественностью в
информ	ации		и статей с	органах
"			опорой на	государственного и
(Зареги	грир		семиотическую	муниципального
ован			природу	управления
Минь	сте		коммуникации	Связи с
Pocc	и			общественностью в
04.09.2				"электронном
339				государстве"
	′			Видеомонтаж в
				рекламе
		ПК-2.2.	ПК-2.2. 3-1.	Дизайн в системе
		Размещает		массовых
		новости		
				коммуникаций
		настраива	-	Выпуск медийного
		отображен		продукта
		сайте и	,	
		социальнь		
		сетях,	электронных	
		контролир	· -	
		правильно	1 -	
		работы	RSS- электронной	
		каналов	и почте	

		механизмов	ПК-2.2. 3-2.	Дизайн в системе
		кросспотинга	Знает	массовых
		кроссиотини	теоретические	коммуникаций
			аспекты	Выпуск медийного
				продукта
			производства и	продукта
			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	
			ПК-2.2. У-1.	Дизайн в системе
			Умеет подбирать	массовых
			иллюстрации	коммуникаций
			для веб-страниц	Выпуск медийного
			и статей	продукта
			ПК-2.2. У-2.	Дизайн в системе
			Умеет работать с	массовых
			агрегаторами	коммуникаций
			новостей,	Выпуск медийного
			электронными	продукта

						подписками, социальными	
						сетями, форумами	
					ПК-2.3.	ПК-2.3. 3-1.	Преддипломная
					Разрабатывает	Знает основные	практика
					маркетинговую	виды	
					стратегию для	планирования в	
					продукции	сфере связей с	
					любого СМИ,	общественность	
					составляет	ю и рекламы,	
					план	методы	
					мероприятий	подготовки к	
					ПО	выпуску	
					продвижению	рекламной и	
					продукции	иной	
					любых СМИ,	полиграфическо	
					согласует	й продукции	
					маркетинговую	ПК-2.3. У-1.	Преддипломная
					стратегию с	Умеет владеть	практика
					целями,	различными	
					задачами и	методами поиска	
					стратегиями	информации в	
					других	Интернет (по	
					подразделений	ключевым	
					и организации	словам, с	
					в целом	помощью	
						каталогов)	
Маркетинговый	06. СВЯЗЬ,	06.009	B/01.6-04.6	ПК-3.	ПК-3.1.	ПК-3.1. 3-1.	Внемедийные
	ИНФОРМАЦИ	СПЕЦИАЛИ	Организация	Способен	Выбирает	Знает	коммуникации
	ОННЫЕ И	СТ ПО	продвижения	организовать	маркетинговые	маркетинговые	
	КОММУНИКА	ПРОДВИЖЕ	продукции	распространен	технологии и	технологии и	
	ЦИОННЫЕ	НИЮ И	СМИ	ие и	инструменты	технологии	

TE	ЕХНОЛОГИ	РАСПРОСТ	реализацию	для донесения	бренд-	
	И	РАНЕНИЮ	продукции	до	менеджмента	
		ПРОДУКЦИ	любых СМИ в	потребителей	ПК-3.1. 3-2.	Внемедийные
		И СРЕДСТВ	интересах	необходимой	Знает	коммуникации
		MACCOBO	государственн	информации	технологии	,
		Й	ых и	1 1	сегментирования	
		ИНФОРМА	негосударствен		рынка,	
		ЦИИ	ных		позиционирован	
		Приказ	организаций		ия продуктов и	
		Минтруда			компаний,	
		России от			оценки	
		04.08.2014 N			конкурентоспосо	
		535н "Об			бности	
		утверждени			продуктов	
		И			конкурентов	
		профессиона			ПК-3.1. У-1.	Внемедийные
		льного			Умеет	коммуникации
		стандарта			разрабатывать	
		"Специалист			концептуальные	
		по			и стратегические	
		продвижени			документы в	
		юи			области	
		распростран			маркетинга	
		ению			ПК-3.1. У-2.	Внемедийные
		продукции			Умеет	коммуникации
		средств			осуществлять	
		массовой			планирование	
		информации			мероприятий по	
					продвижению	
		(Зарегистрир			продукции,	
		овано в			планирование	
		Минюсте			расходов на их	
		России			проведение	

04.09.2014 N	ПК-3.2.	ПК-3.2. 3-1.	Внемедийные
33973)	Организует	Знает основные	коммуникации
33713)			Реклама и связи с
	представление продвигаемой	принципы	общественностью в
		организации	избирательных
	продукции н	1	-
	публичных	кампании	кампаниях
	мероприятиях		Реклама и связи с
	и проекть	,	общественностью в
	направленные		политике
	на повышени	e	Профессионально-
	узнаваемости		творческая практика
	продукции,	ПК-3.2. У-1.	Внемедийные
	включая	Умеет	коммуникации
	благотворител	разрабатывать	Реклама и связи с
	ные	планы	общественностью в
	мероприятия	специальных	избирательных
		мероприятий и	кампаниях
		BTL-акций	Реклама и связи с
			общественностью в
			политике
			Профессионально-
			творческая практика
	ПК-3.3	ПК-3.3. 3-1.	Профессионально-
	Осуществляет	Знает процессы	творческая практика
	поиск	планирования и	
	статистическої	-	
	И	осуществления	
	аналитической		
	информации,	ных, рекламных	
	характеризую	=	
	ей	информационны	
	информацию	х кампаний и	
	на рынк	.,	
	III Philin	- пероприлин в	

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

	любых СМИ,	кампаний в	
	формирует	некоммерческих	
	коммуникацио	организациях	
	нные цели и	ПК-3.4. У-1.	Реклама и связи с
	маркетинговые	Умеет	общественностью в
	стратегии,	осуществлять	некоммерческих
	выбирает	планирование	организациях
	маркетинговые	мероприятий по	
	технологии и	продвижению	
	инструменты	продукции,	
	для донесения	планирование	
	до	расходов на их	
	потребителей	проведение	
	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		

	1		1	C CM		T
				любых СМИ		
				ПК-3.5.	ПК-3.5. 3-1.	Реклама и связи с
				Представляет	Знает процессы	общественностью в
				проект	планирования и	некоммерческих
				управленчески	этапы	организациях
				х решений по	осуществления	Профессионально-
				продвижению	коммуникацион	творческая практика
				продукции	ных, рекламных	
				любых СМИ	И	
				руководству	информационны	
				организации	х кампаний и	
					мероприятий в	
					соответствии с	
					целями и	
					задачами	
					организации на	
					основе	
					результатов	
					исследований	
					ПК-3.5. У-1.	Реклама и связи с
					Умеет	общественностью в
					интегрировать	некоммерческих
					различные	организациях
					средства	Профессионально-
					продвижения в	творческая практика
					комплекс	
					маркетинговые	
					коммуникаций	
					ПК-3.5. У-2.	Реклама и связи с
					Умеет	общественностью в
					осуществлять	некоммерческих
					планирование	организациях
					мероприятий по	Профессионально-
					мероприятии по	трофессионально-

					ПК-3.6. Разрабатывает маркетинговую стратегию и организует	продвижению продукции, планирование расходов на их проведение ПК-3.6. 3-1. Знает маркетинговые технологии и технологии	Творческая практика Преддипломная практика
					мероприятия,	бренд-	
					способствующ	менеджмента	
					ие увеличению	ПК-3.6. У-1.	Преддипломная
					продаж	Умеет	практика
					продукции любых СМИ	разрабатывать планы	
					JIOOBIX CIVIII	специальных	
						мероприятий и BTL-акций	
Маркетинговый	06. СВЯЗЬ,	06.009	B/01.6-04.6	ПК-4.	ПК-4.1.	ПК-4.1. 3-1.	Профессионально-
	ИНФОРМАЦИ	СПЕЦИАЛИ	Организация	Способен	Выбирает	Знает	творческая практика
	ОННЫЕ И	СТ ПО	продвижения	разработать	маркетинговые	маркетинговые	
	КОММУНИКА	7 1	продукции	маркетинговую	технологии и	технологии и	
	ЦИОННЫЕ	нию и	СМИ	стратегию для	инструменты	технологии	
	ТЕХНОЛОГИ	РАСПРОСТ		продукции	для донесения	бренд-	
	И	РАНЕНИЮ		любых СМИ в	до	менеджмента	
		ПРОДУКЦИ		интересах	потребителей	ПК-4.1. 3-2.	Профессионально-
		И СРЕДСТВ		государственн	необходимой	Знает принципы	творческая практика
		MACCOBO		ЫХ И	информации	построения и	
		Й		негосударствен		оценки обратной	
		ИНФОРМА ЦИИ		НЫХ		связи с	
		'		организаций		потребителями	
		Приказ				продукции СМИ	

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

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

	1	1		1
			комплекс	
			маркетинговые	
			коммуникаций	
			ПК-4.3. У-2.	Управление брендом
			Умеет	средствами рекламы и
			осуществлять	связей с
			планирование	общественностью
			мероприятий по	Продакт плейсмент и
			продвижению	киномерчендайзинг
			продукции,	
			планирование	
			расходов на их	
			проведение	
		ПК-4.4.	ПК-4.4. 3-1.	Технологии
		Согласует	Знает	управления
		маркетинговую	технологии	общественным
		стратегию с	позиционирован	мнением
		целями,	ия продуктов и	Основы
		задачами и	компаний,	интегрированных
		стратегиями	оценки	коммуникаций
		других	конкурентоспосо	Профессионально-
		подразделений	бности	творческая практика
		и организации	продуктов	-
		в целом;	конкурентов	
		представляет	ПК-4.4. У-1.	Технологии
		проекты	Умеет	управления
		управленчески	осуществлять	общественным
		х решений по	планирование	мнением
		продвижению	мероприятий по	Основы
		продукции	продвижению	интегрированных
		любых СМИ	продукции,	коммуникаций
		руководству	планирование	Профессионально-
		организации	расходов на их	творческая практика

						проведение	
					ПК-4.5. Ведет	ПК-4.5. 3-1.	Тренды в бизнес-
					новостные	Знает	коммуникациях
					ленты и	организация	Репутационный
					представительс	системы сбыта и	менеджмент
					тва в	товародвижения,	Преддипломная
					социальных	планирования	практика
					сетях при	оптовых и	
					продвижении	розничных	
					услуг	продаж	
					государственн	ПК-4.5. У-2.	Тренды в бизнес-
					ых и	Умеет	коммуникациях
					негосударствен	осуществлять	Репутационный
					ных	планирование	менеджмент
					организаций	мероприятий по	Преддипломная
						продвижению	практика
						продукции,	
						планирование	
						расходов на их	
П	O(CD dai	06,000	D/01 (04 (THE 5	THC 5 1	проведение	XI C
Проектный	06. СВЯЗЬ,	06.009	B/01.6-04.6	ПК-5.	ПК-5.1.	ПК-5.1. 3-1.	Управление брендом
	ИНФОРМАЦИ ОННЫЕ И	СПЕЦИАЛИ СТ ПО	Организация	Способен	Разрабатывает	Знает принципы	средствами рекламы и
	КОММУНИКА	СТ ПО ПРОДВИЖЕ	продвижения	проконтролиро	систему	построения и	связей с
	ЦИОННЫЕ	НИЮ И	продукции СМИ	вать продвижение	показателей для оценки	оценки обратной связи с	общественностью
	ТЕХНОЛОГИ	РАСПРОСТ	CIVIYI	продукции	эффективности	потребителями	
	И	РАНЕНИЮ		любых СМИ и	мероприятий	продукции СМИ	
	11	ПРОДУКЦИ		оценить	ПО	ПК-5.1. У-1.	Управление брендом
		и средств		эффективность	продвижению	Умеет находить	средствами рекламы и
		MACCOBO		результатов	продукции	и анализировать	связей с
		Й		продвижения	любых СМИ;	необходимую	общественностью
		ИНФОРМА		продукции в	организует	информацию,	,
		ЦИИ		интересах	сбор	применять	

	- T		1 ~		
	Триказ	государственн	информации об	количественные	
	1 7 7	ых и	узнаваемости	и качественные	
		негосударствен	продвигаемой	методы анализа	
		НЫХ	продукции		
53	35н "Об	организаций	любых СМИ,		
утво	верждени		удовлетворенн		
	И		ости		
прос	фессиона		потребителей,		
л	тьного		мнении		
ста	андарта		потребителей о		
"Сп	ециалист		характеристика		
	по		х продвигаемой		
про	одвижени		продукции		
	юи		ПК-5.2.	ПК-5.2. 3-1.	Управление
paci	простран		Анализирует	Знает	проектами в рекламе и
	ению		эффективность	технологии	связях с
про	одукции		продвижения	оперативного	общественностью
c ₁	редств		продукции	планирования и	
ма	ассовой		любых СМИ;	оперативного	
инф	оормации		разрабатывает	контроля над	
	"		предложения	проектами при	
(3ap	регистрир		по	реализации	
0	овано в		корректировке	рекламных,	
M	инюсте		стратегий и	информационны	
P	России		программ	ХИ	
04.0	09.2014 N		продвижения	пропагандистски	
	33973)		продукции	х кампаний и	
			любых СМИ	мероприятий	
				ПК-5.2. У-1.	Управление
				Умеет	проектами в рекламе и
				анализировать	связях с
				результаты	общественностью
				продвижения	

1	1		C) 577	
			продукции СМИ	
			на основе	
			полученных	
			данных	
			ПК-5.2. У-2.	Управление
			Умеет	проектами в рекламе и
			формулировать	связях с
			наблюдаемые,	общественностью
			измеримые и	
			достоверные	
			показатели,	
			характеризующи	
			е продвижение	
			продукции СМИ	
		ПК-5.3.	ПК-5.3. 3-1.	Консалтинг и коучинг
		Организует	Знает основные	в рекламе и связях с
		продвижение	этапы и методы	общественностью
		готовых	организации и	Краудсорсинг в
		продуктов и	проведения	рекламе и связях с
		продуктов на	коммуникацион	общественностью
		этапе создания	ных	Преддипломная
			мероприятий и	практика
			кампаний,	
			методики оценки	
			эффективности	
			мероприятий и	
			коммуникацион	
			ных кампаний	
			ПК-5.3. У-1.	Консалтинг и коучинг
			Умеет	в рекламе и связях с
			формулировать	общественностью
			наблюдаемые,	Краудсорсинг в
			измеримые и	рекламе и связях с

Проектный	06. СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИ ОННЫЕ И	06.013 «Специалист по	В/01.5-06.5 Создание и редактирование	ПК-6. Способен организовать	ПК-6.1. Находит идеи / материал для	достоверные показатели, характеризующи е продвижение продукции СМИ ПК-6.1. 3-1. Знает основные коммуникативн	общественностью Преддипломная практика Профессионально- творческая практика Режиссура и
	КОММУНИКА ЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИ И	информацион ным ресурсам» Приказ Минтруда	информационны х ресурсов. С/01.6-07.6 Управление информационны	внутренние и внешние коммуникации и управлять	нового продукта по результатам анализа	ые принципы организации рекламной кампании	сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью
		России от 19.07.2022г. N 420н "Об утверждени и профессиона	ми ресурсами	ими в интересах государственных и негосударственных организаций	российских и зарубежных источников информации; определяет тему и основное	ПК-6.1. У-1. Умеет определять актуальные и интересные темы для потребителей	Профессионально- творческая практика Режиссура и сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью
		льного стандарта " Специалист по			содержание нового продукта	продуктов телерадиовещате льных СМИ	
		информацион ным ресурсам " (Зарегистрир			ПК-6.2. Ведет переговоры (переписку) с авторами	ПК-6.2. 3-1. Знает принципы построения и языкового	Ораторское искусство и теория аргументации Деловые отношения и
		овано в Минюсте России			(сценаристами) по определению	оформления, методики оценки и	делопроизводство Организация внутрикорпоративных
		22.08.2022г. N 69714)			стоимости работ и сроков подготовки сценарного	редактирования публичного выступления в рамках устной	коммуникаций Профессионально- творческая практика Режиссура и

		1
материала;	деловой	сценарное мастерство
ведет	коммуникации	в рекламе и связях с
переговоры с		общественностью
представителя	ПК-6.2. У-1.	Ораторское искусство
ми телеканалов	Умеет находить	и теория
/ радиостанций	информацию,	аргументации
для	выявлять и	Деловые отношения и
согласования	использовать	делопроизводство
сетки вещания;	различные	Организация
оценивает	источники	внутрикорпоративных
качество	информации	коммуникаций
сценарного		Профессионально-
материала, в		творческая практика
случае		Режиссура и
необходимости		сценарное мастерство
формулирует		в рекламе и связях с
требования по		общественностью
доработке и		
внесению		
необходимых		
изменений;		
ведет базы		
данных и		
отчетов по		
обращениям,		
вопросам,		
жалобам;		
снижает		
негативные		
реакции,		
поддерживает		
дружелюбную		
тональность в		

	T	T
комментариях		
к официальным		
сообщениям		
организации;		
управляет		
дискуссиями с		
участниками		
сообщества		
ПК-6.3.	ПК-6.3. 3-1.	Ораторское искусство
Определяет	Знает принципы	и теория
тему и	построения и	аргументации
основное	языкового	Событийный
содержание	оформления,	маркетинг
нового	методики оценки	Режиссура и
продукта;	И	сценарное мастерство
оценивает	редактирования	в рекламе и связях с
оригинальност	публичного	общественностью
ь идеи и	выступления в	
актуальность	рамках устной	
нового	деловой	
продукта, его	коммуникации	
художественну	ПК-6.3. 3-2.	Ораторское искусство
ю ценность и	Знает	и теория
востребованнос	корпоративные	аргументации
ти; определяет	требования к	Событийный
целевую	продуктам	маркетинг
аудиторию	телерадиовещате	Режиссура и
нового	льных СМИ	сценарное мастерство
продукта;		в рекламе и связях с
инициирует		общественностью
творческие	ПК-6.3. У-1.	Ораторское искусство
идеи для	Умеет писать	и теория
создания новых	тексты	аргументации

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

материала;	включая	творческая практика
организует	сетевые	Режиссура и
рекламную	возможности	сценарное мастерство
кампанию	продвижения	в рекламе и связях с
совместно	с контента	общественностью
подразделен	е ПК-6.4. У-1.	Организация работы
м маркетин	га; Умеет	отделов рекламы и
обрабатывае	определять	связей с
комментарии	необходи	общественностью
пользователе	й мость	Профессионально-
и гото	ит оперативного	творческая практика
оперативный	влияния на	Режиссура и
ответ и	ли ситуацию	сценарное мастерство
анализирует	И	в рекламе и связях с
корректирует		общественностью
ответы,	ПК-6.4. У-2.	Организация работы
подготовлен	ы Умеет вести	отделов рекламы и
e	диалоги и	связей с
представител	я управлять	общественностью
МИ	дискуссиями с	Профессионально-
организации	участием	творческая практика
	большого числа	Режиссура и
	активных	сценарное мастерство
	пользователей	в рекламе и связях с
		общественностью
ПК-6.5.	ПК-6.5. 3-1.	Преддипломная
Модерирует	Знает виды	практика
обсуждения	на спама и	
сайте, в фору		
и социальн		
сетях	методы и	
	средства борьбы	
	с ними	

			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
*17			ПК-6.5. У-2. Умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	Преддипломная практика

^{*}Пример заполнения ΠK – профессиональной компетенции, установленной на основании Профстандарта