

**Компетентностно-квалификационная характеристика выпускника ОП ВО (компетентностная модель выпускника)
по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
направленность (профиль) «Продвижение средств массовой информации»
Тип профессиональной деятельности маркетинговый, организационный**

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование дескриптора достижения компетенции	Код ПС и ТФ	Квалификационные требования к выбранной ТФ
РПД «Социология» (Б1.Б.1.1)				
<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели.</p>	<p>Знать: - основы теории социального взаимодействия, статусно-ролевой системы общества, типологии социального поведения личности (ИУК-3.1);</p>		
	<p>ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников.</p>	<p>- теорию малых групп, принципы и нормы, определяющие социальное поведение в малой группе (ИУК-3.2);</p>		
	<p>ИУК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие, оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели.</p>	<p>- основы командной работы и принципы социальной ответственности при работе в малой группе (ИУК-3.3). Уметь: - применять на практике знания теории социального взаимодействия, статусно-ролевой системы общества, типологии социального поведения личности (ИУК-3.1); - применять на практике знания теории малых групп, принципы и нормы, определяющие социальное поведение в малой группе (ИУК-3.2); - использовать основы командной работы и принципы социальной ответственности при работе в малой группе (ИУК-3.3). Владеть: - навыками использования теории социального взаимодействия, статусно-ролевой системы общества, типологии социального поведения личности (ИУК-3.1); - навыками использования теории малых групп, принципы и нормы, определяющие социальное поведение в малой группе (ИУК-3.2); - навыками командной работы и реализацией принципов социальной ответственности при</p>		

<p>УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению</p>	<p>ИУК-10.2. Планирует, организывает и проводит мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме</p> <p>ИУК-10.3. Осуществляет взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции</p>	<p>работе в малой группе (ИУК-3.3).</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы антикоррупционной политики, реализуемые в современном обществе (ИУК-10.2); - способы формирования нетерпимого отношения к коррупции (ИУК-10.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе (ИУК-10.2); - применять правила взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции (ИУК-10.3). 		
<p>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах (или) медиaproдуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ИОПК-2.1. Использует базовые положения и законы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач.</p> <p>ИОПК-2.2. Использует системный подход при анализе общественных явлений, прогнозирует перспективы развития общества в контексте развития экономики, политики, технологий и социальной сферы.</p> <p>ИОПК-2.3. Ориентируется в текущих событиях, находит темы и аспекты, достойные освещения, учитывая общественные и производственные цели определенных медиа-каналов и СМИ, способствует развитию диалога.</p> <p>ИОПК-2.4. Анализирует состояние общественных и государственных институтов и происходящие в них процессы.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - возможности использования теоретических основ социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач (ИОПК-2.1.); - основы системного подхода к анализу социальных процессов и определению перспектив их развития (ИОПК-2.2.); - технологию определения значимого контента и формирования коммуникаций со СМИ (ИОПК-2.3.); - основные принципы анализа состояния социальных процессов на основе проведенных социологических исследований (ИОПК 2.4.) <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять знания теоретических основ социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач (ИОПК-2.1.); - использовать знания основ системного подхода к анализу социальных процессов и определению перспектив их развития (ИОПК-2.2.); - применять технологию определения значимого контента и формирования коммуникаций со СМИ (ИОПК-2.3.); 		

		<p>- использовать основные принципы анализа состояния социальных процессов на основе проведенных социологических исследований (ИОПК 2.4.)</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования теоретических основ социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач (ИОПК-2.1.); - технологией применения основ системного подхода к анализу социальных процессов и определению перспектив их развития (ИОПК-2.2.); - технологией определения значимого контента и формирования коммуникаций со СМИ (ИОПК-2.3.); - навыками применения основных принципов анализа для оценки состояния социальных процессов на основе проведенных социологических исследований (ИОПК 2.4.) 		
--	--	--	--	--

РПД «Маркетинг» (Б1.Б.1.2)

<p>УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>ИУК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм.</p> <p>ИУК-2.4. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - типы и виды маркетинговых кампаний и мероприятий (ИУК-2.3); - общие аспекты планирования (исследование – составление плана – реализация маркетинговой стратегии – оценка эффективности и корректировка плана) (ИУК-2.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - под контролем планировать маркетинговые кампании и мероприятия: под контролем планировать коммуникационные кампании и мероприятия (ИУК-2.3); - проводить позиционирование имиджа в целях накопления репутационного капитала/воспринятой позиции – создание бренда) (ИУК-2.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - техниками и технологиями планирования маркетинговых кампаний и мероприятий (ИУК-2.3); 		
---	--	---	--	--

		- техниками и технологиями планирования и организации маркетинговых кампаний и мероприятий (ИУК-2.4).		
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1. Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией.	Знать: - содержание комплекса маркетинга; основные методы исследования рынка (ИОПК-4.1); - основные принципы и функции маркетинга (ИОПК-4.2); - способы реализации маркетинговых стратегии (ИОПК-4.3). Уметь: - формировать товарную, ценовую политику фирмы, а также политику распространения и продвижения (ИОПК-4.1); - планировать и проводить маркетинговые исследования (ИОПК-4.2); - создавать и реализовывать маркетинговые стратегии (ИОПК-4.3). Владеть: - навыками формирования товарную, ценовую политику фирмы, а также политику распространения и продвижения (ИОПК-4.1); - навыками планирования и проведения маркетинговых исследований (ИОПК-4.2); - навыками создания и реализации маркетинговых стратегий (ИОПК-4.3).		
	ИОПК-4.2. Проводит количественные и качественные исследования аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности.			
	ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий.			
РПД «Политология» (Б1.Б.1.3)				
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяет ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи.	Знать: - принципы и методы решения и анализа задачи (ИУК-1.1); - методологическую базу, необходимую для интерпретации и ранжирования необходимой информации (ИУК-1.2); - технологию поиска информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов (ИУК-1.3); - методологию работы с научными текстами, образовательные и информационные технологии, способствующие выработке самостоятельного, критического мышления, позво-		
	ИУК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи.			
	ИУК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов.			
	ИУК-1.4. Работает с научными текстами, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргумен-			

	<p>тирует свои выводы и точку зрения.</p> <p>ИУК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.</p>	<p>ляющего формировать собственное мнение, суждение о политических процессах (ИУК-1.4);</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы аналитического подхода к решению задач (ИУК-1.5) <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать методы аналитического мышления при решении задач (ИУК-1.1.); - применять теоретические знания для осуществления ранжирования и интерпретации информации (ИУК-1.2); - использовать технологию поиска информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов (ИУК-1.3); - использовать методологию работы с научными текстами, образовательные и информационные технологии для выработки самостоятельного, критического мышления, позволяющего формировать собственное мнение, суждение о политических процессах (ИУК-1.4); - применять принципы аналитического подхода к решению задач (ИУК-1.5) <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками практической реализации методов решения и анализа задач (ИУК-1.1); - навыками определения методологической базы, необходимой для интерпретации и ранжирования необходимой информации (ИУК-1.2); - навыками поиска информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов (ИУК-1.3); - технологией работы с научными текстами, образовательными и информационными контентом, способствующими выработке самостоятельного, критического мышления, позволяющего формировать собственное мнение, суждение о политических процессах (ИУК-1.4); - навыками практического применения 		
--	---	--	--	--

<p>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ИОПК-2.1. Использует базовые положения и законы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач.</p> <p>ИОПК-2.2. Использует системный подход при анализе общественных явлений, прогнозирует перспективы развития общества в контексте развития экономики, политики, технологий и социальной сферы.</p> <p>ИОПК-2.3. Ориентируется в текущих событиях, находит темы и аспекты, достойные освещения, учитывая общественные и производственные цели определенных медиа-каналов и СМИ, способствует развитию диалога.</p> <p>ИОПК-2.4. Анализирует состояние общественных и государственных институтов и происходящие в них процессы.</p>	<p>принципов аналитического подхода к решению задач (ИУК-1.5).</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - возможности использования теоретических основ социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач в сфере политической деятельности (ИОПК-2.1); - основы системного подхода к анализу социально-политических процессов и определению перспектив их развития (ИОПК-2.2); - технологию определения значимого контента и формирования коммуникаций со СМИ (ИОПК-2.3); - основные принципы анализа состояния социально-политической среды (ИОПК 2.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять знания теоретических основ социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач в сфере политической деятельности (ИОПК-2.1); - использовать знания основ системного подхода к анализу социально-политических процессов и определению перспектив их развития (ИОПК-2.2); - применять технологию определения значимого контента и формирования коммуникаций со СМИ (ИОПК-2.3); - использовать основные принципы анализа состояния социально- политической среды (ИОПК 2.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования теоретических основ социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач в сфере политической деятельности (ИОПК-2.1); - технологией применения основ системного подхода к анализу социально-политических процессов и определению перспектив их 		
--	--	---	--	--

		<p>развития (ИОПК-2.2.);</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологией определения значимого контента и формирования коммуникаций со СМИ (ИОПК-2.3); - навыками применения основных принципов анализа для оценки состояния социально- политической среды (ИОПК 2.4). 		
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ИОПК-5.1. Анализирует основные тенденции развития современных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные технологии анализа процессов развития медиакоммуникационных систем на различных уровнях их функционирования (ИОПК-5.1.); 		
	<p>ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - нормы права и этики в сфере медиакоммуникаций (ИОПК - 5.2., ИОПК-5.3); - основные факторы, влияющие на формирование медиапродукта и его реализацию через различные коммуникационные каналы (ИОПК-5.4) 		
	<p>ИОПК-5.3. Определяет комплекс правовых и этических норм регулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять основные технологии анализа процессов развития медиакоммуникационных систем на различных уровнях их функционирования (ИОПК-5.1.); - применять нормы права и этики в сфере медиакоммуникаций (ИОПК - 5.2., ИОПК-5.3); - определять и учитывать в практической деятельности основные факторы, влияющие на формирование медиапродукта и его реализацию через различные коммуникационные каналы (ИОПК-5.4). 		
	<p>ИОПК-5.4. Учитывает особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке коммуникационного продукта</p>	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования основных технологий анализа процессов развития медиакоммуникационных систем на различных уровнях их функционирования (ИОПК-5.1.); - навыками применения норм права и этики в сфере медиакоммуникаций (ИОПК - 5.2., ИОПК-5.3); - технологией учета основных факторов, влияющих на формирование медиапродукта 		

		и его реализацию через различные коммуникационные каналы (ИОПК-5.4).		
РПД «Экономика» (Б1.Б.1.4)				
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1. Определяет круг задач в рамках целеполагания, определяет связи между ними.	Знать: - основные эконометрические методы для определения задач, целей и связей между ними (ИУК-2.1); - основные способы решения задач и определения результатов на основе эконометрических моделей (ИУК-2.2); - основные экономические ресурсы, ограничения, правовые нормы, необходимые для реализации поставленных задач (ИУК-2.3); - основные зоны ответственности, точки контроля и корректировки поставленных задач на основе эконометрических методов (ИУК-2.4); - способы представления результатов проекта, интерпретации их использования и/или совершенствования на основе эконометрических методов (ИУК-2.5). Уметь: - использовать основные эконометрические методы для определения задач, целей и связей между ними (ИУК-2.1); - применять основные способы решения задач и определения результатов на основе эконометрических моделей (ИУК-2.2); - определять основные экономические ресурсы, ограничения, правовые нормы, необходимые для реализации поставленных задач (ИУК-2.3); - устанавливать основные зоны ответственности, точки контроля и корректировки поставленных задач на основе эконометрических методов (ИУК-2.4); - применять способы представления результатов проекта, интерпретации их использования и/или совершенствования на основе эконометрических методов (ИУК-2.5).		
	ИУК-2.2. Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта.			
	ИУК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм.			
	ИУК-2.4. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач.			
	ИУК-2.5. Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования.			

		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения основных эконометрических методов для определения задач, целей и связей между ними (ИУК-2.1); - навыками предложения и оценки способов решения задач и определения результатов на основе эконометрических моделей (ИУК-2.2); - навыками планирования основных экономических ресурсов, ограничений, правовых норм, необходимых для реализации поставленных задач (ИУК-2.3); - навыками установки основных зон ответственности, точек контроля и корректировки поставленных задач на основе эконометрических методов (ИУК-2.4); - навыками представления результатов проекта, интерпретации их использования и/или совершенствования на основе эконометрических методов (ИУК-2.5). 		
<p>УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>ИУК-9.2. Обосновывает принятие экономических решений, использует методы экономического планирования для достижения поставленных целей</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формы организации производства и организационно-правовые формы предприятия (ИУК-9.2); - основные ресурсы необходимые для осуществления деятельности предприятия (ИУК-9.2); - ресурсные ограничения экономического развития, источники повышения производительности труда, технического и технологического прогресса (ИУК-9.2); - понятия себестоимости продукции и классификации затрат на производство и реализацию продукции (ИУК-9.2); - основы финансовой деятельности предприятия (ИУК-9.2); - методы осуществления оценки экономической эффективности деятельности организации с использованием современных инструментов (ИУК-9.2). 		

		<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять оценку эффективности (ИУК-9.2); - рассчитывать затраты предприятия или проекта (ИУК-9.2); - классифицировать затраты предприятия (ИУК-9.2); - определять эффективность деятельности организации (ИУК-9.2). 		
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ИОПК-5.1. Анализирует основные тенденции развития современных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.</p> <p>ИОПК-5.3. Определяет комплекс правовых и этических норм регулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира</p> <p>ИОПК-5.4. Учитывает особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке коммуникационного продукта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные тенденции развития современных медиакоммуникационных систем на различных уровнях на основе эконометрических моделей (ИОПК-5.1); - правовые и этические нормы развития медиасистем на различных уровнях в сфере экономики (ИОПК-5.2, ИОПК-5.3); - особенности медиакоммуникационных систем различного уровня при разработке коммуникационного продукта на основе эконометрических моделей (ИОПК-5.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять основные тенденции развития современных медиакоммуникационных систем на различных уровнях на основе эконометрических моделей (ИОПК-5.1); - выявлять правовые и этические нормы развития медиасистем на различных уровнях в сфере экономики (ИОПК-5.2, ИОПК-5.3); - учитывать особенности медиакоммуникационных систем различного уровня при разработке коммуникационного продукта на основе эконометрических моделей (ИОПК-5.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа основных тенденций развития современных медиакоммуникационных систем на различных уровнях на основе эконометрических моделей (ИОПК-5.1); - навыками определения правовых и этические 		

		ских норм развития медиасистем на различных уровнях в сфере экономики (ИОПК-5.2, ИОПК-5.3); - навыками учета особенностей медиакоммуникационных систем различного уровня при разработке коммуникационного продукта на основе эконометрических моделей (ИОПК-5.4).		
РПД «Философия» (Б1.Б.1.5)				
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяет ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи.	Знать: - принципы и методы анализа и решения задач в личностной и профессиональной сферах (ИУК-1.1); - методологическую базу, необходимую для интерпретации и ранжирования информации, необходимой для решения задач в личностной и профессиональной сферах (ИУК-1.2); - технологию поиска информации для решения поставленных задач по различным типам запросов (ИУК-1.3); - методологию работы с научными текстами, образовательные и информационные технологии, способствующие выработке самостоятельного, критического мышления, позволяющего формировать научное мировоззрение (ИУК-1.4); - принципы аналитического подхода к решению задач (ИУК-1.5). Уметь: - использовать принципы и методы аналитического мышления при решении задач в личностной и профессиональной сферах (ИУК-1.1); - применять теоретико-методологические знания для осуществления ранжирования и интерпретации информации, необходимой для решения задач в личностной и профессиональной сферах (ИУК-1.2); - использовать технологию поиска информации для решения поставленных задач по различным типам запросов (ИУК-1.3);		
	ИУК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи.			
	ИУК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов.			
	ИУК-1.4. Работает с научными текстами, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения.			
	ИУК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.			

		<ul style="list-style-type: none"> - использовать методологию работы с научными текстами, образовательные и информационные технологии для выработки самостоятельного, критического мышления, позволяющего формировать научное мировоззрение (ИУК-1.4); - применять принципы аналитического подхода к решению задач (ИУК-1.5). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками практической реализации методов анализа и решения задач в личной и профессиональной сферах (ИУК-1.1); - навыками определения методологической базы, необходимой для интерпретации и ранжирования информации, необходимой для решения задач в личной и профессиональной сферах (ИУК-1.2); - навыками поиска информации для решения поставленных задач по различным типам запросов (ИУК-1.3); - технологией работы с научными текстами, образовательными и информационными контентом, способствующими выработке самостоятельного, критического мышления, позволяющего формировать научное мировоззрение (ИУК-1.4); - навыками практического применения принципов аналитического подхода к решению задач (ИУК-1.5). 		
<p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>ИУК-5.1. Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем.</p> <p>ИУК-5.2. Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач.</p> <p>ИУК-5.3. Придерживается принципов</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - феномены социокультурной и научно-производственной сфер, существенные для профессиональной деятельности (ИУК-5.1); - модели социального и профессионального взаимодействия, специфичные для деловой и общей культуры представителей других этносов, конфессий, социальных групп (ИУК-5.2); - принципы формирования недискриминационной среды (ИУК-5.3). 		

	<p>недискриминационного взаимодействия, толерантно воспринимает культурные особенности представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной цели.</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сопоставлять наиболее существенные для профессии феномены иноязычной и родной культуры в социокультурной и научно-производственной сферах, проявляя толерантность и эмпатию, избегая стереотипов с целью достижения компромисса и эффективного воздействия на партнера (ИУК-5.1); - осуществлять коммуникацию в рамках межкультурного взаимодействия в целях выполнения профессиональных задач (ИУК-5.2); - применять основные технологии создания недискриминационной среды (ИУК-5.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - средствами общения (языковыми, речевыми, паралингвистическими и этикетными), принятыми в социокультурной, академической и профессионально-ориентированной сферах, используя аутентичные источники, включая интернет-ресурсы (ИУК-5.1); - навыками коммуникации с представителями других этносов, конфессий, социальных групп (ИУК-5.2); - практическими навыками создания недискриминационной среды (ИУК-5.3). 		
<p>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>ИУК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей.</p> <p>ИУК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста.</p> <p>ИУК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста.</p> <p>ИУК-6.4. Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные инструменты и методы оценивания своего времени и своих ресурсов и их пределов (ИУК-6.1); - основные понятия и направления в плане определения приоритетов личностного развития и профессионального роста (ИУК-6.2); - способы оценки требований рынка труда и необходимого уровня компетентности для выстраивания траектории собственного профессионального роста (ИУК-6.3); - основные стратегии профессионального развития (ИУК-6.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать инструменты и методы оце- 		

		<p>нивания своего времени и своих ресурсов и их пределов (ИУК-6.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> - принимать решения в плане определения приоритетов личного развития и профессионального роста (ИУК-6.2); - реализовать свои профессиональные компетенции с использованием инструментов непрерывного образования (ИУК-6.3); - выстраивать стратегию профессионального развития (ИУК-6.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оценивания своего времени и своих ресурсов и их пределов (ИУК-6.1); - инструментальными средствами современных интеллектуальных технологий для саморазвития и решения профессиональных задач (ИУК-6.2); - способностью анализировать и оценивать свою компетентность для выстраивания траектории собственного профессионального роста (ИУК-6.3); - способами построения стратегии профессионального развития (ИУК-6.4). 		
--	--	--	--	--

РПД «История и философия науки» (Б1.Б.1.6)

<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>ИУК-1.4. Работает с научными текстами, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специфику философского подхода к познанию, аспекты истины и заблуждения, природу рационального и иррационального (ИУК-1.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оперировать категориями теории познания в рамках профессиональной деятельности (ИУК-1.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками эпистемологического анализа научных текстов в рамках профессиональной деятельности (ИУК-1.4). 		
<p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-</p>	<p>ИУК-5.1. Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специфику философского подхода к анализу социальной реальности, проблематику социальной философии, философские аспек- 		

<p>историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>различием этических, религиозных и ценностных систем.</p>	<p>ты межкультурного взаимодействия (ИУК-5.1). Уметь: - оперировать категориями социальной философии в рамках профессиональной деятельности (ИУК-5.1). Владеть: - навыками социально-философского анализа межкультурных коммуникаций (ИУК-5.1).</p>		
<p>РПД «Социальная философия конфликта» (Б1.Б.1.7)</p>				
<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>ИУК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи.</p>	<p>Знать: - операции по определению, интерпретации и ранжированию конфликтологической информации, требуемой для решения поставленной социально значимой/управленческой задачи (ИУК-1.2); - стратегии осуществления поиска конфликтологической информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов (на предотвращение, урегулирование или разрешение конфликтов) (ИУК-1.3); - подходы к рассмотрению предлагаемых и возможных вариантов решения к рассмотрению, предлагаемые и возможные варианты решения поставленной задачи по анализу и управлению конфликтами, оцениванию их достоинств и недостатков (по процессу и результату управления) (ИУК-1.5). Уметь: - определять, интерпретировать и ранжировать конфликтологическую информацию, требуемую для решения поставленной социально значимой /управленческой задачи (ИУК-1.2); - осуществлять поиск конфликтологической информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов (на предотвращение, урегулирование или разрешение конфликтов) (ИУК-1.3); - применять подходы к рассмотрению предлагаемых и возможных вариантов решения</p>		
<p>ИУК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов.</p>	<p>ИУК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.</p>			

		<p>поставленной задачи по анализу и управлению конфликтами, оценивать их достоинства и недостатки (по процессу и результату управления) (ИУК-1.5).</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками определять, интерпретировать и ранжировать конфликтологическую информацию, требуемую для решения поставленной социально значимой /управленческой задачи (ИУК-1.2); - навыками поиска конфликтологической информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов (на предотвращение, урегулирование или разрешение конфликтов) (ИУК-1.3); - навыками применять подходы к рассмотрению предлагаемых и возможных вариантов решения поставленной задачи по анализу и управлению конфликтами, оценивания их достоинств и недостатков (по процессу и результату управления) (ИУК-1.5). 		
<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников.</p> <p>ИУК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие, оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели.</p> <p>ИУК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стратегии реализации своей роли в неконфликтном (с согласованными интересами) социальном взаимодействии и командной работе, необходимость учитывать особенности поведения в конфликтах и интересы других участников (в том числе в условиях конфликта) (ИУК-3.2); - основы анализа возможных последствий личных действий в конфронтационном и солидарном социальном взаимодействии и командной работе, и построения продуктивного взаимодействия, оценивания идеи других членов команды для достижения поставленной цели (в том числе в условиях конфликта) (ИУК-3.3); - процесс осуществления обмена непротиворечивой информацией, конфликтологическими знаниями и опытом с членами команды; критерии объективного (на основе фак- 		

		<p>тов) оценивания идеи других членов команды для достижения поставленной цели (в том числе в условиях конфликта) (ИУК-3.4).</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - реализовать свои роли в неконфликтном (с согласованными интересами) социальном взаимодействии и командной работе, учитывать особенности поведения в конфликтах и интересы других участников (в том числе в условиях конфликта) (ИУК-3.2); - анализировать возможные последствия личных действий в конфронтационном и солидарном социальном взаимодействии и командной работе; строить продуктивное взаимодействие, оценивать идеи других членов команды для достижения поставленной цели (ИУК-3.3); - осуществлять обмен непротиворечивой информацией, конфликтологическими знаниями и опытом с членами команды; применять критерии объективного (на основе фактов) оценивания идеи других членов команды для достижения поставленной цели (в том числе в условиях конфликта) (ИУК-3.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками реализовать свои роли в неконфликтном (с согласованными интересами) социальном взаимодействии и командной работе, учитывать особенности поведения в конфликтах и интересы других участников (в том числе в условиях конфликта) (ИУК-3.2); - навыками анализировать возможные последствия личных действий в конфронтационном и солидарном социальном взаимодействии и командной работе, и строить продуктивное взаимодействие, оценивать идеи других членов команды для достижения поставленной цели (ИУК-3.3); - навыками осуществлять обмен непротиворечивой информацией, конфликтологическими знаниями и опытом с членами коман- 		
--	--	---	--	--

		ды; применять критерии объективного (на основе фактов) оценивания идеи других членов команды для достижения поставленной цели (в том числе в условиях конфликта) (ИУК-3.4).		
РПД «Международные отношения» (Б1.Б.1.8)				
<p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>ИУК-5.1. Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятийно-категориальный аппарат межкультурной политической коммуникации, основы и принципы межкультурного взаимодействия в сфере международной политики (ИУК-5.1). - основные социально-исторические, этнические, важнейшие типологические (политические, национально-этнические, социальные, культурные) особенности народов мира в целях выполнения профессиональных задач (ИУК-5.2.); - принципы межкультурного взаимодействия в области международных отношений и традиции различных этносов для решения задач межличностного и массового взаимодействия (ИУК-5.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - толерантно воспринимать и анализировать традиции и обычаи стран и народов в сфере международной политики (ИУК-5.1.); - определять способы межкультурного взаимодействия в области международных отношений (ИУК-5.2.); - предупреждать и регулировать конфликтные ситуации в межкультурных политических взаимодействиях в целях выполнения профессиональных задач (ИУК-5.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования знаний о традициях и ценностях в сфере международной политики, обусловленных различием социально-исторических систем, для решения задач межличностного и межкультурного политического взаимодействия (ИУК-5.1.); 		
	<p>ИУК-5.2. Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач.</p>			
	<p>ИУК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия, толерантно воспринимает культурные особенности представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной цели.</p>			

		<ul style="list-style-type: none"> - навыками преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач. (ИУК-5.2.); - навыками недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении для выполнения поставленной цели (ИУК-5.3). 		
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ИОПК-5.1. Анализирует основные тенденции развития современных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проблемы, тенденции, особенности национального и регионального развития стран (ИОПК-5.1); - комплекс политических механизмов функционирования стран и регионов мира (ИОПК-5.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять проблемы, тенденции, особенности национального и регионального развития стран (ИОПК-5.1); - определять и анализировать комплекс политических механизмов функционирования стран и регионов мира (ИОПК-5.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -понятийно-категориальным аппаратом при анализе основных проблем, тенденций и особенностей национального и регионального развития стран (ИОПК-5.1); -навыками проведения сравнительного анализа комплекса политических механизмов функционирования стран и регионов мира (ИОПК-5.3). 		
	<p>ИОПК-5.3. Определяет комплекс правовых и этических норм регулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира</p>			
<p>РПД «Социология религии» (Б1.Б.1.9)</p>				
<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>ИУК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие, оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие и сущность религиозной общности, религиозной группы, религиозного социального института (ИУК-3.3, ИУК-3.4); - специфику социального взаимодействия с представителями различных конфессий (ИУК-3.3, ИУК-3.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать последствия личных дей- 		
	<p>ИУК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами</p>			

	<p>команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели.</p>	<p>ствий в социальном взаимодействии и командной работе с представителями различных религиозных общностей (УИК-3.3);</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать социально-релевантную информацию в области конфессиональной политики государств для построения продуктивного взаимодействия и коммуникации с членами команды (УИК-3.3, УИК-3.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оценки возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе с представителями различных религиозных общностей (УИК-3.3) 		
<p>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ИОПК-2.1. Использует базовые положения и законы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач.</p> <p>ИОПК-2.2. Использует системный подход при анализе общественных явлений, прогнозирует перспективы развития общества в контексте развития экономики, политики, технологий и социальной сферы.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовые положения социологической теории в области функционирования религии в обществе, типологий религиозных организаций, общественных функций религии (ИОПК-2.1); - современную религиозную ситуацию и тенденции развития современных религий (ИОПК-2.2). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять базовые положения социологической теории в области функционирования религии в обществе, типологий религиозных организаций, общественных функций религии при решении профессиональных задач (ИОПК-2.1); - использовать системный подход при анализе социально-религиозных отношений в современном обществе (ИОПК-2.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа современной конфессиональной политики и социально-религиозных отношений (ИОПК-2.1, ИОПК-2.2). 		
<p>РПД «Культурология» (Б1.Б.1.10)</p>				
<p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие</p>	<p>ИУК-5.1. Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятийно-категориальный аппарат культурологии и особенности межкультурного 		

<p>общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем.</p> <p>ИУК-5.2. Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач.</p> <p>ИУК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия, толерантно воспринимает культурные особенности представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной цели.</p>	<p>взаимодействия (ИУК-5.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные социальные, этнические, важнейшие типологические культуроформирующие (национально-этнические, социальные и конфессиональные) особенности народов мира в целях выполнения профессиональных задач (ИУК-5.2.); - культуру общения и традиции различных культур для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ИУК-5.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - лояльно воспринимать и анализировать культурные традиции и обычаи стран и народов (ИУК-5.1.); - определять способы межкультурного взаимодействия (ИУК-5.2.); - предупреждать и регулировать конфликтные ситуации в межкультурных взаимодействиях в целях выполнения профессиональных задач (ИУК-5.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования культурных традиций и ценностей, обусловленных различием этических, религиозных и ценностных систем, для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ИУК-5.1.); - навыками преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач. (ИУК-5.2.); - навыками недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении для выполнения поставленной цели (ИУК-5.3). 		
<p>РПД «Психология» (Б1.Б.1.11)</p>				
<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль</p>	<p>ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной 		

в команде	<p>цели.</p> <p>ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников.</p> <p>ИУК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие, оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели.</p> <p>ИУК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели.</p> <p>ИУК-3.5. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.</p>	<p>цели (ИУК-3.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности взаимодействия в командной работе, исходя из особенности поведения и интересов других участников (ИУК-3.2.); - последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе (ИУК-3.3); - механизмы осуществления обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды (ИУК-3.4); - нормы и установленные правила командной работы (ИУК-3.5). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели. (ИУК-3.1); - реализовывать свою роль в социальном взаимодействии и командной работе (ИУК-3.2); - анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строить продуктивное взаимодействие (ИУК-3.3); - оценивать идеи других членов команды для достижения поставленной цели (ИУК-3.4); - соблюдать нормы и установленные правила командной работы. Нести личную ответственность за результат (ИУК-3.5). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками социального взаимодействия и командной работы для реализации своей роли в команде (ИУК-3.1); - навыками реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе (ИУК-3.2); - навыками анализа возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе (ИУК-3.3); - навыками обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды (ИУК-3.4); 		
-----------	---	--	--	--

<p>УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>ИУК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей.</p> <p>ИУК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста.</p> <p>ИУК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста.</p> <p>ИУК-6.4. Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития.</p>	<p>- навыками командной работы (ИУК-3.5).</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач (ИУК-6.1); - приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста (ИУК-6.2); - требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста (ИУК-6.3); - как строится профессиональная карьера и определяется стратегия профессионального развития (ИУК-6.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач (ИУК-6.1); - определять приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста (ИУК-6.2); - выстраивать траекторию собственного профессионального роста (ИУК-6.3); - строить профессиональную карьеру и определять стратегию профессионального развития (ИУК-6.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования инструментов и методов управления временем при выполнении конкретных задач и проектов (ИУК-6.1); - навыками определения приоритетов собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста (ИУК-6.2); - навыками выстраивать траекторию собственного профессионального роста (ИУК-6.3); - навыками строительства профессиональной карьеры и определения стратегии профессионального развития (ИУК-6.4). 		
--	---	---	--	--

РПД «Правоведение» (Б1.Б.1.12)			
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм.	Знать: - основы действующего российского законодательства (ИУК-2.3); - принципы и методы решения поставленных задач на основе действующих правовых норм (ИУК-2.4); - основы разработки и реализации проектов на основе действующих правовых норм и имеющихся ресурсов (ИУК-2.5). Уметь: - действовать в рамках правовых норм российского законодательства с целью нахождения оптимальных способов решения поставленных задач (ИУК-2.3); - применять существующие правовые нормы в соответствии с запланированными результатами при решении поставленных задач (ИУК-2.4); - презентовать разработки и реализации проектов на основе действующих правовых норм и имеющихся ресурсов (ИУК-2.5). Владеть: - навыками применения основ действующего российского законодательства (ИУК-2.3); - навыками и методами решения поставленных задач на основе действующих правовых норм (ИУК-2.4); - методами разработки и реализации проектов на основе действующих правовых норм и имеющихся ресурсов (ИУК-2.5).	
	ИУК-2.4. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач.		
	ИУК-2.5. Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования.		
УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	ИУК-10.1. Применяет действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; представляет способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней	Знать: - нормативно-правовое регулирование профилактики коррупционной деятельности (ИУК-10.1); - основы организации проведения мероприятий, направленных на предотвращение коррупции в обществе (ИУК-10.2). - принципы выявления проявлений коррупции в своей профессиональной сфере (ИУК-10.3).	
	ИУК-10.2. Планирует, организывает и проводит мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской по-		

	<p>зиции и предотвращение коррупции в социуме</p> <p>ИУК-10.3. Осуществляет взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять нормативно-правовые акты, регулирующие профилактику коррупционной деятельности (ИУК-10.1); - применять предусмотренные законом способы нейтрализации коррупционного поведения в социуме (ИУК-10.2). - выявлять проявления коррупции в своей профессиональной сфере (ИУК-10.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками профилактики коррупционной деятельности на основе гражданско-правового и уголовного законодательства (ИУК-10.1); - навыками применения гражданско-правовых и уголовных норм, используемых в антикоррупционном законодательстве (ИУК-10.2); - навыками выявления проявлений коррупции в своей профессиональной сфере (ИУК-10.3). 		
--	--	---	--	--

РПД «Гражданское общество и социальное государство» (Б1.Б.1.13)

<p>УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющих</p>	<p>ИУК-2.1. Определяет круг задач в рамках целеполагания, определяет связи между ними.</p> <p>ИУК-2.2. Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта.</p> <p>ИУК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм.</p> <p>ИУК-2.4. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы проектной деятельности, предполагающей выделение системы взаимосвязанных целей и задач (ИУК-2.1); - технологию формирования рационально выстроенной системы целей проекта и методов их достижения (ИУК-2.2); - сферу своих полномочий и основы законодательства при разработке и реализации проекта в социально-политической сфере (ИУК-2.3, ИУК-2.4); - основы прогнозирования и принципы практического применения проектов в социально-политической сфере (ИУК-2.5). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять в практической деятельности основы проектной деятельности, предполагающей выделение системы взаимосвязанных целей и задач (ИУК-2.1); 		
--	--	---	--	--

	<p>ИУК-2.5. Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - использовать технологию формирования рационально выстроенной системы целей проекта и методов их достижения (ИУК-2.2); - определять сферу своих полномочий и применять знания основ законодательства при разработке и реализации проекта в социально-политической сфере (ИУК-2.3, ИУК-2.4); - использовать основы прогнозирования и принципы практического применения проектов в социально-политической сфере (ИУК-2.5). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения основ проектной деятельности, предполагающей выделение системы взаимосвязанных целей и задач (ИУК-2.1); - применения технологий формирования рационально выстроенной системы целей проекта и методов их достижения (ИУК-2.2); - навыками применения знаний о сфере своих полномочий и основах законодательства при разработке и реализации проекта в социально-политической сфере (ИУК-2.3, ИУК-2.4); - технологией прогнозирования и реализации принципов практического применения проектов в социально-политической сфере (ИУК-2.5). 		
<p>УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению</p>	<p>ИУК-10.1. Применяет действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; представляет способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней.</p> <p>ИУК-10.2. Планирует, организывает и проводит мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией, как основу функционирования гражданского общества (ИУК-10.1.); - основы планирования и организации мероприятий по формированию активной гражданской антикоррупционной позиции (ИУК-10.2); - принципы реализации активной гражданской антикоррупционной позиции в процессе коммуникации (ИУК – 10.3). 		

	<p>ИУК-10.3. Осуществляет взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - соблюдать действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией, как основу функционирования гражданского общества (ИУК-10.1.); - планировать и организовывать мероприятия по формированию активной гражданской антикоррупционной позиции (ИУК-10.2); - реализовывать в практической коммуникации принципы активной гражданской антикоррупционной позиции (ИУК – 10.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования действующих правовых норм, обеспечивающих борьбу с коррупцией, в процессе функционирования гражданского общества (ИУК-10.1.); - навыками планирования и организации мероприятий по формированию активной гражданской антикоррупционной позиции (ИУК-10.2); - навыками реализации в практической коммуникации принципов активной гражданской антикоррупционной позиции (ИУК – 10.3). 		
<p>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разно-стороннего освещения в создаваемых медиа-текстах и (или) медиа-продуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ИОПК-2.1. Использует базовые положения и законы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач.</p> <p>ИОПК-2.2. Использует системный подход при анализе общественных явлений, прогнозирует перспективы развития общества в контексте развития экономики, политики, технологий и социальной сферы.</p> <p>ИОПК-2.3. Ориентируется в текущих событиях, находит темы и аспекты, достойные освещения, учитывая общественные и производственные цели определенных медиа-каналов и СМИ, способствует развитию диалога.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы и методы решения и анализа задачи (ИУК-1.1.); - методологическую базу, необходимую для интерпретации и ранжирования необходимой информации (ИУК-1.2); - технологию поиска информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов (ИУК-1.3.); - методологию работы с научными текстами, образовательные и информационные технологии, способствующие выработке самостоятельного, критического мышления, позволяющего формировать собственное мнение, суждение о политических процессах (ИУК-1.4); - принципы аналитического подхода к реше- 		

	<p>ИОПК-2.4. Анализирует состояние общественных и государственных институтов и происходящие в них процессы.</p>	<p>нию задач (ИУК-1.5).</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать методы аналитического мышления при решении задач (ИУК-1.1); - применять теоретические знания для осуществления ранжирования и интерпретации информации (ИУК-1.2); - использовать технологию поиска информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов (ИУК-1.3); - использовать методологию работы с научными текстами, образовательные и информационные технологии для выработки самостоятельного, критического мышления, позволяющего формировать собственное мнение, суждение о политических процессах (ИУК-1.4); - применять принципы аналитического подхода к решению задач (ИУК-1.5). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками практической реализации методов решения и анализа задач (ИУК-1.1); - навыками определения методологической базы, необходимой для интерпретации и ранжирования необходимой информации (ИУК-1.2); - навыками поиска информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов (ИУК-1.3); - технологией работы с научными текстами, образовательными и информационными контентом, способствующими выработке самостоятельного, критического мышления, позволяющего формировать собственное мнение, суждение о политических процессах (ИУК-1.4); - навыками практического применения принципов аналитического подхода к решению задач (ИУК-1.5). 		
--	--	--	--	--

РПД «Основы финансовой грамотности» (Б1.Б.2.1)

УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

ИУК-9.1. Представляет основные документы, регламентирующие экономическую деятельность; понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.

Знать:

- основы поведения экономических агентов: теоретические принципы рационального выбора (максимизация полезности) и наблюдаемые отклонения от рационального поведения (ограниченная рациональность, поведенческие эффекты и систематические ошибки, с ними связанные) (ИУК-9.1);
- основные принципы экономического анализа для принятия решений (учет альтернативных издержек, изменение ценности во времени, сравнение предельных величин) (ИУК-9.1);
- основные экономические понятия: экономические ресурсы, экономические агенты, товары, услуги, спрос, предложение, рыночный обмен, цена, деньги, доходы, издержки, прибыль, собственность, конкуренция, монополия, фирма, институты, трансакционные издержки, сбережения, инвестиции, кредит, процент, риск, страхование, государство, инфляция, безработица, валовой внутреннего продукт, экономический рост и др. (ИУК-9.1);
- ресурсные ограничения экономического развития, источники повышения производительности труда, технического и технологического прогресса, показатели экономического развития и экономического роста. особенности циклического развития рыночной экономики, риски инфляции, безработицы, потери благосостояния и роста социального неравенства в периоды финансово-экономических кризисов (ИУК-9.1);
- понятие общественных благ и роль государства в их обеспечении. Цели, задачи, инструменты и эффекты бюджетной, налоговой, денежно-кредитной, социальной, пенсионной политики государства и их влияние на макроэкономические параметры и индиви-

		<p>дов. (ИУК-9.1).</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений (ИУК-9.1); - критически оценивать информацию о перспективах экономического роста и технологического развития экономики страны и отдельных ее отраслей (ИУК-9.1). 		
	<p>ИУК-9.3. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные виды личных доходов (заработная плата, предпринимательский доход, рентные доходы и др.), механизмы их получения и увеличения (ИУК-9.3); - сущность и функции предпринимательской деятельности как одного из способов увеличения доходов и риски, связанные с ней, организационно-правовые формы предпринимательской деятельности, отличие частного предпринимательства от хозяйственной деятельности государственных организаций, особенности инновационного предпринимательства: коммерциализация разработок и патентование (ИУК-9.3); - основные финансовые организации (Банк России, Агентство по страхованию вкладов, Пенсионный фонд России, коммерческий банк, страховая организация, биржа, негосударственный пенсионный фонд, и др.) и принципы взаимодействия индивида с ними. (ИУК-9.3); - основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами (банковский вклад, кредит, ценные бумаги, недвижимость, валюта, страхование) (ИУК-9.3); - понятия риск и неопределенность, осознает неизбежность риска и неопределенности в экономической и финансовой сфере (ИУК-9.3); - виды и источники возникновения экономи- 		

		<p>ческих и финансовых рисков для индивида, способы их оценки и снижения (ИУК-9.3);</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные этапы жизненного цикла индивида, понимает специфику краткосрочных и долгосрочных финансовых задач на каждом этапе цикла, альтернативность текущего потребления и сбережения и целесообразность личного экономического и финансового планирования. (ИУК-9.3); - принципы и технологии ведения личного бюджета. (ИУК-9.3); - основные виды расходов (индивидуальные налоги и обязательные платежи; страховые взносы, аренда квартиры, коммунальные платежи, расходы на питание и др.), механизмы их снижения, способы формирования сбережений. (ИУК-9.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - решать типичные задачи в сфере личного экономического и финансового планирования, возникающие на всех этапах жизненного цикла (ИУК-9.3); - пользоваться источниками информации о правах и обязанностях потребителя финансовых услуг, анализировать основные положения договора с финансовой организацией (ИУК-9.3); - выбирать инструменты управления личными финансами для достижения поставленных финансовых целей, сравнивать их по критериям доходности, надежности и ликвидности (ИУК-9.3); - оценивать индивидуальные риски, связанные с экономической деятельностью и использованием инструментов управления личными финансами, а также риски стать жертвой мошенничества (ИУК-9.3); - вести личный бюджет, используя существующие программные продукты. (ИУК-9.3); - оценивать свои права на налоговые льготы, 		
--	--	---	--	--

		пенсионные и социальные выплаты (ИУК-9.3).		
РПД «История» (Б1.Б.2.1)				
(наименование дисциплины/практики) (шифр дисциплины/практики согласно учебному плану)				
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1. Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем.	Знать: - фактическую сторону исторического процесса, содержание каждого этапа истории в совокупности разных его составляющих (политической, социальной, экономической, культурной), их специфику, наиболее значимые события (ИУК-5.1); - особенности взаимодействия различных этносов и конфессий на разных этапах истории (ИУК-5.1); - истоки возникновения коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии (ИУК-5.2); - культурные особенности представителей различных этносов и конфессий в историческом аспекте (ИУК-5.3). Уметь: - выделять преимущества и проблемы взаимодействия различных этносов и конфессий на разных этапах истории (ИУК-5.1); - осуществлять поиск и систематизацию информации для выяснения истоков возникновения коммуникативных барьеров, выявлять причинно-следственные связи в процессе исторического взаимодействия народов (ИУК-5.2); - выделять главное, специфическое для каждого исторического этапа в процессе межкультурного взаимодействия (ИУК-5.3). Владеть: - навыками анализа учебной и научной литературы, исторических источников (ИУК-5.1); - навыками ведения диалога, участия в дискуссии, в том числе, с представителями различных культур (ИУК-5.2); - навыками толерантного восприятия раз-		
	ИУК-5.2. Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач.			
	ИУК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия, толерантно воспринимает культурные особенности представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной цели.			

		<p>личных типов межкультурного взаимодействия, обусловленного различием этических, религиозных и ценностных систем в ходе исторического процесса (ИУК-5.3);</p> <p>- навыками формулирования исторических корней современных особенностей межкультурного взаимодействия (ИУК-5.3).</p>		
РПД «Иностранный язык» (Б1.Б.2.2)				
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.2. Ведет деловую переписку на государственном языке РФ и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные характеристики официально-делового стиля речи, специфику и правила деловой переписки на иностранном языке (ИУК-4.2); - приемы перевода текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный (ИУК-4.3); - особенности изучаемого иностранного языка (фонетические, лексико-грамматические, стилистические) (ИУК-4.5). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> создавать несложные письменные тексты в социокультурной и академической сферах общения на иностранном языке (ИУК-4.2); - анализировать различные источники информации (ИУК-4.3); - представлять результаты своей деятельности на иностранном языке, а также участвовать в их обсуждении (ИУК-4.5). <p>Владеть: навыками ведения деловой переписки на иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий (ИУК-4.2);</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с оригинальными текстами научно-технического и официально-делового стиля (ИУК-4.3); - различными коммуникативными стратегиями (ИУК-4.5). 		
	ИУК-4.3. Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный.			
	ИУК-4.5. Устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может поддержать разговор в ходе их обсуждения.			
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и ин-	ИОПК-1.1. Грамотно и логически выстраивает речь на родном и иностранном языке.	Знать:		
		- нормы устной и письменной речи; способы логического построения и развертывания		

<p>дустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>ИОПК-1.2. Использует современные информационно-коммуникативные технологии в работе с текстами, информацией, представленной в различных знаковых системах</p> <p>ИОПК-1.3. Учитывает особенности различных знаковых систем при разработке коммуникационных продуктов.</p> <p>ИОПК-1.4. Обладает навыками создания и редактирования коммуникационного продукта в соответствии с нормами русского и иностранного языков.</p>	<p>текста на иностранном языке (ИОПК-1.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные технологии в работе с текстами на иностранном языке (ИОПК-1.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - грамотно, выразительно, целесообразно конструировать свою речь в соответствии с нормами иностранного языка (ИОПК-1.1); - оценить созданный текст с точки зрения его соответствия коммуникативным требованиям и нормам иностранного языка (ИОПК-1.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами грамотного и логического построения текста на иностранном языке (ИОПК-1.1.); - приемами редактирования и правки текста в соответствии с нормами иностранного языка (ИОПК-1.4). 		
<p>РПД «Русский язык и культура речи» (Б1.Б.2.3)</p>				
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>ИУК-4.1. Выбирает стиль общения на государственном языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия.</p> <p>ИУК-4.2. Ведет деловую переписку на государственном языке РФ и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий.</p> <p>ИУК-4.4. Публично выступает на русском языке, строит своё выступление с учётом аудитории и цели общения.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру коммуникативной ситуации; речевые средства достижения цели в конкретной ситуации общения (ИУК-4.1); - нормы современного русского литературного языка; стилеобразование официально-делового стиля (ИУК-4.2); - правила и приемы речевого оформления текста публичного выступления (ИУК-4.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - конструировать речь в соответствии с целями и условиями осуществления партнерства в конкретной ситуации общения (ИУК-4.1); - составлять официальные и неофициальные письма в соответствии с нормами современного русского литературного языка и принципами стилеобразования официально-делового стиля (ИУК-4.2); - подготовить текст публичного выступления с учетом аудитории и цели общения (ИУК-4.4). 		

		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разнообразными приемами и способами конструирования речи в соответствии с целями и условиями осуществления партнерства в конкретной ситуации общения (ИУК-4.1); - способами целесообразного речевого оформления официальных и неофициальных деловых писем в соответствии с нормами современного русского литературного языка и принципами стилиобразования официально-делового стиля (ИУК-4.2); - приемами и способами подготовки стилистически разнообразных текстов публичного выступления с учетом аудитории и цели общения (ИУК-4.4). 		
<p>ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>ИОПК-1.1. Грамотно и логически выстраивает речь на родном и иностранном языке.</p> <p>ИОПК-1.4. Обладает навыками создания и редактирования коммуникационного продукта в соответствии с нормами русского и иностранного языков.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормы устной и письменной речи; способы логического построения и развертывания текста (ИОПК-1.1); - основные типы речи; приемы построения и правки текста в соответствии с нормами современного русского литературного языка (ИОПК-1.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - грамотно, выразительно, целесообразно конструировать свою речь в соответствии с нормами современного русского литературного языка (ИОПК-1.1); - оценить созданный текст с точки зрения его соответствия коммуникативным требованиям и нормам современного русского литературного языка (ИОПК-1.4). Владеть: - приемами грамотного и логического построения текста на родном языке (ИОПК-1.1); - приемами многоуровневого редактирования и правки текста в соответствии с нормами современного русского литературного языка (ИОПК-1.4). 		

РПД «Мировая литература и искусство» (Б1.Б.2.4)

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

ИУК-4.1. Выбирает стиль общения на государственном языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия.

ИУК-4.2. Ведет деловую переписку на государственном языке РФ и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий.

ИУК-4.4. Публично выступает на русском языке, строит своё выступление с учётом аудитории и цели общения.

Знать:

- основные формы устной, письменной и невербальной коммуникации на государственном языке (ИУК-4.1);
- способы и приемы ведения деловой переписки на государственном языке РФ с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий (ИУК-4.2);
- структуру и особенности построения публичной коммуникации на русском языке (ИУК-4.4).

Уметь:

- выбирать форму устной и письменной коммуникации на государственном языке в зависимости от цели и условий партнерства (ИУК-4.1);
- использовать в профессиональной сфере способы и приемы ведения деловой переписки на государственном языке РФ с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий (ИУК-4.2);
- выстраивать публичное выступление на русском языке с учетом аудитории и цели общения (ИУК-4.4).

Владеть:

- навыками выбора форм устной и письменной коммуникации на государственном языке в зависимости от цели и условий партнерства (ИУК-4.1);
- навыками владения основными способами и приемами ведения деловой переписки на государственном языке РФ с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий (ИУК-4.2);
- навыками публичного выступления на русском языке с учетом аудитории и цели общения (ИУК-4.4).

<p>ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ИОПК-3.1. Ориентируется в достижениях мировой и отечественной культуры, выделяет и учитывает основные этнокультурные, исторические и религиозные традиции в процессе создания коммуникационных продуктов.</p>	<p>Знать: - достижения мировой и отечественной культуры с учетом основных этнокультурных, исторических и религиозных традиций (ИОПК-3.1). Уметь: - ориентироваться в основных достижениях мировой и отечественной культуры с учетом основных этнокультурных, исторических и религиозных традиций (ИОПК-3.1). Владеть: - навыками создания коммуникационных продуктов с учетом основных этнокультурных, исторических и религиозных традиций, опираясь на знания о достижениях мировой и отечественной культуры (ИОПК-3.1).</p>		
<p>РПД «Цифровые коммуникации» (Б1.Б.3.1)</p>				
<p>УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>ИУК-6.4. Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития.</p>	<p>Знать: - сущность и значение информации при построении стратегии профессионального развития (ИУК-6.4). Уметь: - соблюдать основные требования информационной безопасности при решении профессиональных задач и построении профессиональной карьеры (ИУК-6.4). Владеть: - навыками использования компьютера как средства управления стратегией профессионального развития (ИУК-6.4).</p>		
<p>ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-6.1. Понимает принципы работы современных информационных технологий и использует современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, в том числе в работе с текстами и информацией для реализации профессиональной деятельности ИОПК-6.2. Использует современные программные продукты при подготовке и реализации коммуникационного</p>	<p>Знать: - современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ИОПК-6.1); - современные программные продукты при подготовке и реализации коммуникационного продукта (ИОПК-6.2). Уметь: - использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные техно-</p>		

	продукта	<p>логии (ИОПК-6.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные программные продукты для визуализации коммуникации (ИОПК-6.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования в профессиональной деятельности современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий (ИОПК-6.1); - навыками использования современных программных продуктов для визуализации коммуникации (ИОПК-6.2). 		
РПД «Информационные технологии и базы данных в цифровых коммуникациях» (Б1.Б.3.2)				
<p>УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>ИУК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разновидности инструментов и методов управления временем при выполнении информационно-коммуникационными проектами (ИУК-6.1). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать инструменты и методы управления временем при выполнении информационно-коммуникационных проектов (ИУК-6.1). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования управления временем при выполнении информационно-коммуникационных проектов (ИУК-6.1). 		
<p>ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-6.1. Понимает принципы работы современных информационных технологий и использует современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, в том числе в работе с текстами и информацией для реализации профессиональной деятельности</p> <p>ИОПК-6.2. Использует современные программные продукты при подготовке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия сферы применения современных информационных технологий в профессии (ИОПК-6.1); - классификацию и основные характеристики программных средств реализации информационных технологий (ИОПК-6.2). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оперировать основными понятиями сферы современных информационных технологий (ИОПК-6.1); - применять техническое обеспечение информационных технологий в профессиональной деятельности (ИОПК-6.2). 		

		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования современных информационных технологий в профессиональной деятельности (ИОПК-6.1); - технологией работы с современным программным обеспечением для обработки, представления и управления информацией (ИОПК-6.2). 		
РПД «Физическая культура и спорт» (Б1.Б.4)				
<p>УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>ИУК-7.1. Выбирает здоровые и безопасные технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> принципы, приемы и методы, содействующие формированию осмысленного отношения к своему здоровью (ИУК-7.1); методики и технологии по организации здорового образа жизни (УИК-7.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> применять здоровые и безопасные технологии с учетом физиологических способностей организма и реализовать их в профессиональной деятельности (УИК-7.1); применять методы и средства оздоровления в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности (УИК-7.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> информацией по организации оптимальной двигательной активности (УИК-7.1); здоровыми и безопасными компетенциями, позволяющими самостоятельно и эффективно решать задачи здорового образа жизни (УИК-7.3). 		
	<p>ИУК-7.2. Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.</p>			
	<p>ИУК-7.3. Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.</p>			
РПД «Безопасность жизнедеятельности» (Б1.Б.5)				
<p>УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития</p>	<p>ИУК-8.1. Анализирует факторы вредного влияния элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений).</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> опасные и вредные производственные факторы и их действие на человека, основные источники риска в среде обитания (ИУК-8.1); характер опасностей природного, техногенного и антропогенного воздействия на человека (ИУК-8.1); основные причины возникновения опасностей в производственной среде (ИУК-8.3); 		
	<p>ИУК-8.2. Идентифицирует опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой деятельности.</p>			

общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	<p>ИУК-8.3. Выявляет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - способы и средства защиты человека от вредных и опасных производственных факторов, а также мероприятия при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов (ИУК-8.3); - организационные мероприятия по защите от опасностей природного, техногенного происхождения, правила пожарной безопасности и способы защиты от поражения электрическим током (ИУК-8.4). 		
	<p>ИУК-8.4. Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; оказывает первую помощь, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере своей профессиональной деятельности и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности (ИУК-8.2); - выбирать и рассчитывать эффективные средства коллективной защиты от вредных и опасных производственных факторов (ИУК-8.3). <p>Уметь: анализировать опасность производственных факторов на основе гигиенического нормирования физических факторов в производственных условиях (ИУК-8.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> - идентифицировать основные опасности среды обитания человека, оценивать риск их реализации (ИУК-8.2); - выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере своей профессиональной деятельности и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности (ИУК-8.2); - выбирать и рассчитывать эффективные средства коллективной защиты от вредных и опасных производственных факторов (ИУК-8.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методиками измерения вредных производственных факторов в рабочей зоне (ИУК-8.2); - методами и способами защиты в условиях чрезвычайных ситуаций, а также приемами оказания первой помощи пострадавшим (ИУК-8.4). 		
РПД «Введение в коммуникационные специальности» (Б1.Б.6.1)				
<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-4.1. Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовые запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в системе коммуникаций (ИОПК-4.1). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отвечать на запросы и потребности обще- 		

		ства и аудитории в профессиональной деятельности в системе коммуникаций (ИОПК-4.1). Владеть: - навыками определения запросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности в системе коммуникаций (ИОПК-4.1).		
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.1. Анализирует основные тенденции развития современных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знать: - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОИПК-5.1, ИОПК-5.2). Уметь: - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОИПК-5.1, ИОПК-5.2). Владеть: - навыками учета в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОИПК-5.1, ИОПК-5.2).		
	ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.			
РПД «Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации» (Б1.Б.6.2)				
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ИОПК-1.1. Грамотно и логически выстраивает речь на родном и иностранном языке.	Знать: - основные формы устной и письменной коммуникации (ИОПК-1.1); - особенности построения коммуникационных моделей и знаковых систем (ИОПК-1.2); - основные типы знаковых систем (ИОПК-1.3); - основные способы редактирования коммуникационного продукта в соответствии с нормами русского языка (ИОПК-1.4). Уметь: - выстраивать речь на родном языке, исполь-		
	ИОПК-1.2. Использует современные информационно-коммуникативные технологии в работе с текстами, информацией, представленной в различных знаковых системах			
	ИОПК-1.3. Учитывает особенности различных знаковых систем при разработке коммуникационных продуктов.			
	ИОПК-1.4. Обладает навыками созда-			

	<p>ния и редактирования коммуникационного продукта в соответствии с нормами русского и иностранного языков.</p>	<p>зая основные формы устной и письменной коммуникации (ИОПК-1.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять коммуникационные модели и анализ знаковых систем при работе с текстами и информацией (ИОПК-1.2); - учитывать особенности различных знаковых систем при разработке коммуникационных продуктов (ИОПК-1.3); - редактировать коммуникационный продукт в соответствии с нормами русского языка (ИОПК-1.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выстраивания грамотной речи на родном языке с использованием основных форм устной и письменной коммуникации (ИОПК-1.1); - навыками применения коммуникационных моделей и анализа знаковых систем при работе с текстами и информацией (ИОПК-1.2); - навыками применения анализа различных знаковых систем при разработке коммуникационных продуктов (ИОПК-1.3); - навыками редактирования коммуникационного продукта в соответствии с нормами русского языка (ИОПК-1.4). 		
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ИОПК-5.1. Анализирует основные тенденции развития современных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ИОПК-5.4. Учитывает особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке коммуникационного продукта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные тенденции развития современных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях (ИОПК-5.1); - особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира (ИОПК-5.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять особенности развития современных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях (ИОПК-5.1); - определять специфику медиакоммуникационных систем региона, страны и мира (ИОПК-5.4). 		

		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выявления особенностей развития современных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях (ИОПК-5.1); - навыками разработки коммуникационного продукта с учетом особенностей медиакоммуникационных систем региона, страны и мира (ИОПК-5.4). 		
РПД «Теория и практика связей с общественностью» (Б1.Б.6.3)				
<p>ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>ИОПК-1.2. Использует современные информационно-коммуникативные технологии в работе с текстами, информацией, представленной в различных знаковых системах</p> <p>ИОПК-1.4. Обладает навыками создания и редактирования коммуникационного продукта в соответствии с нормами русского и иностранного языков.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные тенденции в развитии интернет-технологий для проектирования эффективных PR-кампаний (ИОПК-1.1); - структуру и этапы проектирования коммуникационного продукта (ИОПК-1.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять и применять основные технологии интернет-продвижения для проектирования и внедрения PR-кампаний (ИОПК-1.1); - выстраивать и корректировать структуру коммуникационного продукта (ИОПК-1.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выявления и применения интернет-технологий для проектирования, внедрения и анализа PR-кампаний (ИОПК-1.1); - навыками внедрения и последующего анализа коммуникационного продукта (ИОПК-1.4). 		
<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий.</p> <p>ИОПК-4.4. Осуществляет коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организует специальные мероприятия для целевых аудиторий и широкой общественности.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные критерии сегментации для организации коммуникации с целевой аудиторией с учетом ее более и потребностей для формирования УТП и корректировки системы продвижения (ИОПК-4.3); - особенности, виды и структуру специальных мероприятий (ИОПК-4.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сегментирование для организации коммуникации с целевой аудиторией с учетом ее более и потребностей для формирования 		

		<p>УТП и корректировки системы продвижения (ИОПК-4.3);</p> <ul style="list-style-type: none"> - проектировать, организовывать и анализировать специальные мероприятия (ИОПК-4.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками сегментирования и анализа болей и нужд аудитории для организации коммуникации и формирования УТП, а также корректировки системы продвижения (ИОПК-4.3); - навыками, подготовки, анализа и проведения специальных мероприятий для разных целей и аудиторий (ИОПК-4.4). 		
РПД «Теория и практика рекламы» (Б1.Б.6.4)				
<p>ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>ИОПК-1.1. Грамотно и логически выстраивает речь на родном и иностранном языке.</p> <p>ИОПК-1.4. Обладает навыками создания и редактирования коммуникационного продукта в соответствии с нормами русского и иностранного языков.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные современные информационно-коммуникативные технологии, используемые в работе с текстами рекламы, информацией, представленной в различных рекламных сообщениях (ИОПК-1.1); - способы создания и редактирования рекламных сообщений (ИОПК-1.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные информационно-коммуникативные технологии в работе с текстами рекламы, информацией, представленной в различных рекламных сообщениях (ИОПК-1.1); - создавать и редактировать рекламные сообщения (ИОПК-1.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использования современных информационно-коммуникативных технологий в работе с текстами рекламы, информацией, представленной в различных рекламных сообщениях (ИОПК-1.1); - создания и редактирования рекламных сообщений в соответствии с нормами русского и иностранного языков (ИОПК-1.4). 		

<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий.</p> <p>ИОПК-4.4. Осуществляет коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организует специальные мероприятия для целевых аудиторий и широкой общественности.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы взаимодействия с целевой аудиторией для построения эффективного рекламного сообщения (ИОПК-4.3); - основы организации специальных мероприятий для целевой аудитории и широкой общественности (ИОПК-4.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - интерпретировать информацию о потребностях целевой аудитории, создавать рекламные сообщения, оценивать эффективность рекламы (ИОПК-4.3); - организовывать рекламную деятельность в различных сферах общественной жизни (ИОПК-4.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выявления потребностей и ожиданий целевой аудитории для построения эффективного рекламного сообщения (ИОПК-4.3); - навыками подготовки рекламных сообщений специальных мероприятий для целевой аудитории и широкой общественности (ИОПК-4.4). 		
<p>ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-6.1. Понимает принципы работы современных информационных технологий и использует современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, в том числе в работе с текстами и информацией для реализации профессиональной деятельности</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основные современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, в том числе в работе с текстами и информацией для создания рекламных сообщений (ИОПК-6.1.) <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -использовать современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии для создания рекламных сообщений (ИОПК-6.1.) <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с текстами и информацией для создания рекламных сообщений (ИОПК-6.1.) 		

РПД «Теория и практика массовой информации» (Б1.Б.6.5)			
<p>ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>ИОПК-1.2. Использует современные информационно-коммуникативные технологии в работе с текстами, информацией, представленной в различных знаковых системах</p>	<p>Знать: - правила и принципы использования современных информационно-коммуникативных технологий в работе с PR и медиа текстами, информацией, представленной в различных знаковых системах в объеме, требуемом для решения профессиональных задач (ИОПК-1.2); - особенности различных знаковых систем при разработке медиатекстов и коммуникационных продуктов (ИОПК-1.3).</p> <p>Уметь: - использовать современные информационно-коммуникативные технологии в работе с PR и медиа текстами, массовой информацией, представленной в различных знаковых системах (ИОПК-1.2); - применять особенности различных знаковых систем при разработке коммуникационных продуктов (ИОПК-1.3).</p> <p>Владеть: - навыками применения современных информационно-коммуникативных технологий в работе с PR и журналистскими текстами, информацией, представленной в различных знаковых системах (ИОПК-1.2); - навыками учета особенностей различных знаковых систем при разработке коммуникационных продуктов (ИОПК-1.3).</p>	
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и</p>	<p>ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.</p>	<p>Знать: - нормы права и этики в сфере развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира в объеме, необходимом для учета их в профессиональной деятельности (ИОПК-5.2); - особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира для учета их при разработке медиа и коммуникационного продукта (ИОПК-5.4).</p>	
	<p>ИОПК-5.4. Учитывает особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке коммуникационного продукта</p>		

<p>этических норм регулирования</p>		<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать правовые и этические нормы развития медиасистем различного уровня их функционирования в профессиональной деятельности (ИОПК-5.2); - применять особенности медиакommunikационных систем региона, страны и мира при разработке коммуникационного продукта (ИОПК-5.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выявления правовых и этических норм развития медиасистем региона, страны и мира в объеме, необходимом для профессиональной деятельности (ИОПК-5.2); - навыками разработки коммуникационного продукта с учетом особенностей медиакommunikационных систем региона, страны и мира (ИОПК-5.4). 		
<p>ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ИОПК-7.1. Оценивает эффективность проектов и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.</p> <p>ИОПК-7.2. Определяет этические и социокультурные нормы и использует их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - корпоративные принципы социальной ответственности, последствия общественного воздействия разрабатываемых медиа и коммуникационных продуктов и профессиональной деятельности (ИОПК-7.1); - этические и социокультурные нормы для построения коммуникационного процесса во время работы над PR, медиа текстами и другим коммуникационным продуктом (ИОПК-7.2). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методики оценки эффективности проектов, личного и командного вклада в повышение эффективности профессиональной деятельности (ИОПК-7.1); - определять этические и социокультурные нормы и использовать их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом (ИОПК-7.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками и методиками оценки и анализа 		

		<p>эффектов от разрабатываемых медиа и коммуникационных продуктов, опираясь на принципы социальной ответственности (ИОПК-7.1);</p> <p>- навыками анализа и развития коммуникационного процесса с учетом этических и социокультурных норм во время работы над PR, медиа текстами и другим коммуникационным продуктом (ИОПК-7.2).</p>		
РПД «Интегрированные коммуникации» (Б1.Б.6.6)				
<p>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ИОПК-2.3. Ориентируется в текущих событиях, находит темы и аспекты, достойные освещения, учитывая общественные и производственные цели определенных медиа-каналов и СМИ, способствует развитию диалога.</p>	<p>Знать:</p> <p>- инструменты мониторинга ключевых событий в рекламной сфере и той области, которую продвигает специалист (ИОПК-2.3).</p> <p>Уметь:</p> <p>- выявлять актуальные тенденции, технологии и приемы в сфере рекламы и продвижения, использовать тренды, важные общественные новости и события (ИОПК-2.3).</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками применения актуальных и современных инструментов для продвижения компании (ИОПК-2.3).</p>		
<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий.</p> <p>ИОПК-4.4. Осуществляет коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организует специальные мероприятия для целевых аудиторий и широкой ответственности.</p>	<p>Знать:</p> <p>- основные критерии сегментации для организации коммуникации с целевой аудиторией с учетом ее болей и потребностей для формирования УТП и корректировки системы продвижения (ИОПК-4.3);</p> <p>- особенности, виды и структуру специальных мероприятий (ИОПК-4.4).</p> <p>Уметь:</p> <p>- сегментирование для организации коммуникации с целевой аудиторией с учетом ее болей и потребностей для формирования УТП и корректировки системы продвижения (ИОПК-4.3);</p> <p>- проектировать, организовывать и анализировать специальные мероприятия (ИОПК-4.4).</p>		

		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками сегментирования и анализа болей и нужд аудитории для организации коммуникации и формирования УТП, а также корректировки системы продвижения (ИОПК-4.3); - навыками, подготовки, анализа и проведения специальных мероприятий для разных целей и аудиторий (ИОПК-4.4). 		
<p>ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ИОПК-7.1. Оценивает эффективность проектов и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные критерии оценки эффективности коммуникационных продуктов (ИОПК-7.1); - особенности построения коммуникационного процесса с использованием этических и социокультурных норм (ИОПК-7.2). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять и оценивать успешность проекта, анализировать вклад команды в его развитие (ИОПК-7.1); - определять и анализировать специфику и структуру коммуникационного продукта и процесса (ИОПК-7.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оценки и анализа коммуникационных продуктов (ИОПК-7.1); - навыками анализа и развития коммуникационного процесса с учетом этических и социокультурных норм (ИОПК-7.2) 		
	<p>ИОПК-7.2. Определяет этические и социокультурные нормы и использует их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом</p>			
<p>РПД «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» (Б1.Б.6.7)</p>				
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регу-</p>	<p>ИОПК-5.2 Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - политические, правовые, этические основы функционирования медиасистем региона, страны, мира (ИОПК-5.2); - совокупность нормативно-правовых актов, политических и этических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях (ИОПК-5.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять политические, экономические, правовые и этические факторы развития ме- 		
	<p>ИОПК-5.3. Определяет комплекс правовых и этических норм регулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира</p>			

лирования		<p>диасистем регионов, страны, мира (ИОПК-5.2);</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать свою профессиональную идентичность, политическую непредвзятость, правовую грамотность, профессионально-этическое сознание, корпоративную солидарность (ИОПК-5.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками и инструментами поиска информации о политических, правовых и этических факторах развития медиасистем региона, страны, мира (ИОПК-5.2); - навыками применения основ информационной и правовой культуры при решении поставленных задач профессиональной деятельности (ИОПК-5.3). 		
<p>ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ИОПК-7.1. Оценивает эффективность проектов и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.</p> <p>ИОПК-7.2. Определяет этические и социокультурные нормы и использует их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - корпоративные принципы социальной ответственности, стандартные эффекты и последствия осуществляемых проектов и профессиональной деятельности (ИОПК-7.1); - принципы анализа правовой информации, средств и приемов рекламы и связей с общественностью и использовать их при построении коммуникативного процесса во время работы над коммуникационным продуктом (ИОПК-7.2). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью, следуя принципам социальной ответственности (ИОПК-7.1); - осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом этических, социокультурных и правовых норм (ИОПК-7.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, следуя принципам социальной ответственности 		

		(ИОПК-7.1); -навыками осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом этических, социокультурных и правовых норм (ИОПК-7.2).		
РПД «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» (Б1.Б.6.8)				
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.1. Анализирует основные тенденции развития современных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знать: - этические основы реализации передачи информации с помощью современных коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях (ИОПК-5.1);		
	ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.	- этику и основы этических правил развития медиасистем региона, страны и мира (ИОПК-5.2);		
	ИОПК-5.3. Определяет комплекс правовых и этических норм регулирования деятельности медиакommunikационных систем региона, страны и мира	- этические нормы регулирования деятельности медиакommunikационных систем региона, страны и мира (ИОПК-5.3).		
		Уметь: - определять этическую основу реализации передачи информации с помощью современных коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях (ИОПК-5.1); - выявлять этические нормы и правила развития медиасистем региона, страны и мира (ИОПК-5.2); - применять этические нормы регулирования деятельности медиакommunikационных систем региона, страны и мира в профессиональной деятельности (ИОПК-5.3).		
		Владеть: - навыками этического регулирования передачи информации с помощью современных коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях (ИОПК-5.1); - навыками выявления этических норм и правил развития медиасистем региона, страны и мира (ИОПК-5.2); - навыками применения этических норм ре-		

		гулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира в профессиональной деятельности (ИОПК-5.3).		
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>ИОПК-7.1. Оценивает эффективность проектов и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.</p> <p>ИОПК-7.2. Определяет этические и социокультурные нормы и использует их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - этические нормы реализации профессиональной деятельности (ИОПК-7.1); - этические нормы построения коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом (ИОПК-7.2). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять этические нормы и правила при реализации профессиональной деятельности (ИОПК-7.1); - выстраивать коммуникационный процесс во время работы над коммуникационным продуктом согласно этическим нормам (ИОПК-7.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения этических норм и правил при реализации профессиональной деятельности (ИОПК-7.1); - навыками выстраивания коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом согласно этическим нормам (ИОПК-7.2). 		
РПД «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» (Б1.Б.6.9)				
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых	<p>ИОПК-1.1. Грамотно и логически выстраивает речь на родном и иностранном языке.</p> <p>ИОПК-1.2. Использует современные информационно-коммуникативные технологии в работе с текстами, информацией, представленной в различных знаковых системах</p> <p>ИОПК-1.3. Учитывает особенности различных знаковых систем при разработке коммуникационных продуктов.</p> <p>ИОПК-1.4. Обладает навыками создания и редактирования коммуникационного продукта в соответствии с норма-</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности построения речевой коммуникации на родном языке (ИОПК-1.1); - современные речевые информационно-коммуникативные технологии (ИОПК-1.2); - способы и приемы построения речевой коммуникации как знаковой системы (ИОПК-1.3); - особенности создания речевого коммуникационного продукта в соответствии с нормами русского языка (ИОПК-1.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - на профессиональном уровне выстраивать эффективную речевую коммуникацию 		

	ми русского и иностранного языков.	<p>(ИОПК-1.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные речевые информационно-коммуникативные технологии в работе с текстами и информацией (ИОПК-1.2); - применять способы и приемы построения речевой коммуникации как знаковой системы при разработке коммуникационных продуктов (ИОПК-1.3); - создавать речевой коммуникационный продукт в соответствии с нормами русского языка (ИОПК-1.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выстраивания эффективной речевой коммуникации на родном языке (ИОПК-1.1); - навыками использования современных речевых информационно-коммуникативных технологий в работе с текстами и информацией (ИОПК-1.2); - навыками применения способов и приемов построения речевой коммуникации как знаковой системы при разработке коммуникационных продуктов (ИОПК-1.3); - навыками создания речевого коммуникационного продукта в соответствии с нормами русского языка (ИОПК-1.4). 		
<p>ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ИОПК-3.2. Анализирует социокультурные особенности аудитории, разработывает коммуникационный продукт с учетом этих особенностей.</p> <p>ИОПК-3.3. Использует современные достижения мировой и отечественной практики создания коммуникационных продуктов в профессиональной деятельности.</p> <p>ИОПК-3.4. Анализирует примеры отечественных и мировых коммуникационных продуктов, выявляет тенденции и использует их в своей профессиональной деятельности</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы анализа речевой коммуникации аудитории при разработке коммуникационного продукта (ИОПК-3.2); - современные речевые коммуникационные процессы мировой и отечественной практики создания коммуникационных продуктов в профессиональной деятельности (ИОПК-3.3); - примеры отечественных и мировых речевых коммуникационных продуктов (ИОПК-3.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать речевую коммуникацию 		

		<p>аудитории при разработке коммуникационного продукта (ИОПК-3.2);</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные речевые коммуникационные процессы мировой и отечественной практики создания коммуникационных продуктов в профессиональной деятельности (ИОПК-3.3); - выявлять основные тенденции применения речевых коммуникационных продуктов в мировой и отечественной практике (ИОПК-3.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа речевой коммуникации аудитории при разработке коммуникационного продукта (ИОПК-3.2); - навыками использования современных речевых коммуникационных процессов мировой и отечественной практики создания коммуникационных продуктов в профессиональной деятельности (ИОПК-3.3); - навыками выявления основных тенденций применения речевых коммуникационных продуктов в мировой и отечественной практике (ИОПК-3.4). 		
--	--	---	--	--

РПД «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» (Б1.Б.6.10)

<p>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ИОПК-2.1. Использует базовые положения и законы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач.</p> <p>ИОПК-2.2. Использует системный подход при анализе общественных явлений, прогнозирует перспективы развития общества в контексте развития экономики, политики, технологий и социальной сферы.</p> <p>ИОПК-2.3. Ориентируется в текущих событиях, находит темы и аспекты, достойные освещения, учитывая общественные и производственные цели определенных медиа-каналов и СМИ, способствует развитию диалога.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - возможности использования теоретических основ социальных, гуманитарных и экономических наук при решении задач управления сферой рекламы и связей с общественностью (ИОПК-2.1); - основы системного подхода к анализу процессов управления сферой рекламы и связей с общественностью и определению перспектив их развития (ИОПК-2.2); - технологию определения значимого контента в сфере PR – менеджмента и формирования коммуникаций со СМИ (ИОПК-2.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять знания теоретических основ социальных, гуманитарных и экономических 		
--	---	--	--	--

	<p>ИОПК-2.4. Анализирует состояние общественных и государственных институтов и происходящие в них процессы.</p>	<p>наук при решении задач управления сферой рекламы и связей с общественностью (ИОПК-2.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать знания основ системного подхода к анализу процессов управления сферой рекламы и связей с общественностью и определению перспектив их развития (ИОПК-2.2); - применять технологию определения значимого контента в сфере PR – менеджмента и формирования коммуникаций со СМИ (ИОПК-2.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования теоретических основ социальных, гуманитарных и экономических наук при решении задач управления сферой рекламы и связей с общественностью (ИОПК-2.1); - технологией применения основ системного подхода к анализу процессов управления сферой рекламы и связей с общественностью и определению перспектив их развития (ИОПК-2.2.); - технологией определения значимого контента в сфере PR – менеджмента и формирования коммуникаций со СМИ (ИОПК-2.3). 		
<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-4.1. Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией.</p> <p>ИОПК-4.2. Проводит количественные и качественные исследования аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности.</p> <p>ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные характеристики «массовой аудитории» и принципы организации процесса массовой коммуникации (ИОПК-4.1.); - основные принципы и методы организации и проведения исследований в сфере PR - менеджмента (ИОПК - 4.2.); - основы организации, координации и оценки эффективности процесса коммуникации с целевой аудиторией (ИОПК-4.3); - принципы организации процесса массовой коммуникации (ИОПК 4.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять основные характеристики «массовой аудитории» и принципы организации 		

	<p>ИОПК-4.4. Осуществляет коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организует специальные мероприятия для целевых аудиторий и широкой ответственности.</p>	<p>процесса массовой коммуникации (ИОПК-4.1.);</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять основные принципы и методы организации и проведения исследований в сфере PR - менеджмента (ИОПК - 4.2.); - использовать в практической деятельности знания основ организации, координации и оценки эффективности процесса коммуникации с целевой аудиторией (ИОПК-4.3); - определять принципы организации процесса массовой коммуникации (ИОПК-4.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками определения основных характеристик «массовой аудитории» и принципов организации процесса массовой коммуникации (ИОПК-4.1.); - технологией реализации основных принципов и методов организации и проведения исследований в сфере PR-менеджмента (ИОПК - 4.2.); - навыками организации, координации и оценки эффективности процесса коммуникации с целевой аудиторией (ИОПК-4.3); - технологией организации процесса массовой коммуникации (ИОПК 4.4). 		
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ИОПК-5.1. Анализирует основные тенденции развития современных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.</p> <p>ИОПК-5.3. Определяет комплекс правовых и этических норм регулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира</p> <p>ИОПК-5.4. Учитывает особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке коммуникационного продукта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы анализа процессов развития медиакоммуникационных систем на различных уровнях их функционирования (ИОПК-5.1.); - нормы права и этики в сфере организации и управления медиакоммуникациями как направления развития PR - менеджмента (ИОПК - 5.2., ИОПК-5.3); - основы процесса создания медиапродукта и его реализации через различные коммуникационные каналы (ИОПК-5.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять принципы и методы анализа процессов развития медиакоммуникационных систем на различных уровнях их функционирования (ИОПК-5.1.); 		

		<ul style="list-style-type: none"> - применять нормы права и этики в сфере организации и управления медиакommunikациями как направления развития PR - менеджмента (ИОПК - 5.2., ИОПК-5.3); - применять в практической деятельности основы процесса создания медиапродукта и его реализации через различные коммуникационные каналы (ИОПК-5.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования основ анализа процессов развития медиакommunikационных систем на различных уровнях их функционирования (ИОПК-5.1); - навыками применения норм права и этики в сфере организации и управления медиакommunikациями как направления развития PR-менеджмента (ИОПК-5.2., ИОПК-5.3); - технологией процесса создания медиапродукта и его реализации через различные коммуникационные каналы (ИОПК-5.4). 		
--	--	---	--	--

РПД «Социология рекламы и связей с общественностью» (Б1.Б.6.11)

<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-4.1. Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные характеристики целевой аудитории для формирования выборочной совокупности исследования (ИОПК-4.1); - принципы проведения исследований в рекламе и связях с общественностью (ИОПК-4.2); - принципы взаимодействия со своей аудиторией в рамках построения рекламной кампании (ИОПК-4.3); - принципы взаимодействия с целевой аудиторией, ее интересы и ценности (ИОПК-4.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структурировать целевую аудиторию в рамках определенной кампании (ИОПК-4.3); - оценивать эффективность взаимодействие с аудиторией в рамках определенных мероприятий (ИОПК-4.4); - определять базовые характеристики целе- 		
	<p>ИОПК-4.2. Проводит количественные и качественные исследования аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности.</p>			
	<p>ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий.</p>			
	<p>ИОПК-4.4. Осуществляет коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организует специальные мероприятия для це-</p>			

	<p>левых аудиторий и широкой общественности.</p>	<p>вой аудитории (ИОПК-4.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить качественные и количественные исследования в соответствии со своей профессиональной деятельностью (ИОПК-4.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методиками обмена массовой информации (ИОПК-4.1); - методиками проведения количественных и качественных исследований в рекламе и связи с общественностью (ИОПК-4.2); - методиками интерпретации полученных в ходе исследования данных (ИОПК-4.3); - методиками ведения коммуникационной деятельности в рамках проведения специальных мероприятий. (ИОПК-4.4). 		
--	--	--	--	--

РПД «Психология рекламы и связей с общественностью» (Б1.Б.6.12)

<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-4.1. Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией.</p> <p>ИОПК-4.2. Проводит количественные и качественные исследования аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности.</p> <p>ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий.</p> <p>ИОПК-4.4. Осуществляет коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организует специальные мероприятия для целевых аудиторий и широкой общественности.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовые социально-психологические характеристики «массовой аудитории» и социальный смысл участия в обмене массовой информацией (ИОПК-4.1); - методы количественных и качественных исследований аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности (ИОПК-4.2); - социально-психологические особенности взаимодействия со своей аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3); - социально-психологические механизмы осуществления коммуникационной деятельности в различных сферах общественной жизни (ИОПК-4.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять базовые социально-психологические характеристики «массовой аудитории» и социальный смысл участия в обмене массовой информацией (ИОПК-4.1.); - применять методы количественных и качественных исследований аудитории в соответствии с целями и задачами профессио- 		
---	--	---	--	--

		<p>нальной деятельности (ИОПК-4.2.);</p> <ul style="list-style-type: none"> - умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивать эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3.); - осуществляет коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организуя специальные мероприятия для целевых аудиторий и широкой общественности (ИОПК-4.4.). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками определения базовых социально-психологических характеристик «массовой аудитории» (ИОПК-4.1.); - навыками проведения количественных и качественных исследований аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности (ИОПК-4.2.); - навыками взаимодействия со своей аудиторией, оценки эффективности взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3.); - навыками осуществления коммуникационной деятельности в различных сферах общественной жизни, организуя специальные мероприятия для целевых аудиторий и широкой общественности (ИОПК-4.4.). 		
РПД «Организация и проведение коммуникационных кампаний» (Б1.Б.6.13)				
<p>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разно-стороннего освещения в создаваемых медиа-текстах и (или) медиа-продуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ИОПК-2.1. Использует базовые положения и законы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач.</p> <p>ИОПК-2.3. Ориентируется в текущих событиях, находит темы и аспекты, достойные освещения, учитывая общественные и производственные цели определенных медиа-каналов и СМИ, способствует развитию диалога.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - необходимый объем базовых положений и законов социальных, гуманитарных и экономических наук для решения профессиональных задач (ИОПК-2.1); - учитывать при разработке различных медиа и коммуникационных продуктов текущие события, имеющие общественное значение и соответствующие медиаканалы и СМИ, способствующие диалогу с целевой аудиторией (ИОПК-2.3). 		

		<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять необходимый объем базовых положений и законов социальных, гуманитарных и экономических наук для решения профессиональных задач (ИОПК-2.1); - выявлять актуальные социальные проблемы, и соответствующие медиаканалы и СМИ, способствующие развитию диалога, который необходим для их решения (ИОПК-2.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - необходимым объемом базовых положений и законов социальных, гуманитарных и экономических наук для использования при решении профессиональных задач (ИОПК-2.1); - технологиями поиска информации для освещения в создаваемых медиа и коммуникационных продуктах общественно значимых проблем, способствовать развитию диалога для их разрешения (ИОПК-2.3). 		
<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-4.1. Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией.</p> <p>ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные индикаторы определения характеристик «массовой аудитории», понимать социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией (ИОПК-4.1); - базовые запросы и потребности общества и аудитории по организации и проведению коммуникационных кампаний (ИОПК-4.1); - методы взаимодействия со своей аудиторией, способы интерпретации информации, оценивания эффективности взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять характеристики «массовой аудитории», понимать социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией (ИОПК-4.1); - объяснять и интерпретировать информацию, оценивать эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей 		

		<p>и ожиданий (ИОПК4-3).</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с «массовой аудиторией», разрабатывая медиа и коммуникационные продукты, отвечающие запросам этой аудитории (ИОПК-4.1); - навыками взаимодействия со своей аудиторией, умением объяснять и интерпретировать информацию, оценивать эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий в плане организации коммуникационных кампаний (ИОПК-4.3). 		
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.</p> <p>ИОПК-5.4. Учитывает особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке коммуникационного продукта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира в объеме, необходимом для профессиональной деятельности (ИОПК-5.2); - особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке медиа и коммуникационного продукта (ИОПК-5.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира в профессиональной деятельности при разработке коммуникационных кампаний (ИОПК-5.2); - применять особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке коммуникационного продукта (ИОПК-5.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выявления правовых и этических факторов развития медиасистем региона, страны и мира в объеме, необходимом для профессиональной деятельности (ИОПК-5.2); - навыками использования особенностей медиакоммуникационных систем различного уровня при разработке коммуникационного 		

		продукта (ИОПК-5.4).			
РПД «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» (Б1.Б.6.14)					
<p>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ИОПК-2.2. Использует системный подход при анализе общественных явлений, прогнозирует перспективы развития общества в контексте развития экономики, политики, технологий и социальной сферы.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовые положения системного анализа общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ИОПК-2.2) - текущие события, аспекты, достойные освещения (ИОПК-2.3); - методики анализа состояния общественных и государственных институтов и происходящие в них процессы (ИОПК-2.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать тенденции развития общественных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и(или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах (ИОПК-2.2); - ориентироваться в текущих событиях, находить темы, достойные освещения (ИОПК-2.3); - проводить анализ состояния общественных и государственных институтов и происходящие в них процессы (ИОПК-2.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования в работе тенденций развития общественных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и(или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах (ИОПК-2.2); - навыками освещения текущих событий (ИОПК-2.3); - навыками проведения анализа состояния общественных и государственных институтов и происходящие в них процессы (ИОПК-2.4). 			
	<p>ИОПК-2.3. Ориентируется в текущих событиях, находит темы и аспекты, достойные освещения, учитывая общественные и производственные цели определенных медиа-каналов и СМИ, способствует развитию диалога.</p>				
	<p>ИОПК-2.4. Анализирует состояние общественных и государственных институтов и происходящие в них процессы.</p>				

<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-4.1. Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовые запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ИОПК-4.1); - методы количественного и качественного анализа аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности. (ИОПК-4.2); - методы взаимодействия со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3). 		
	<p>ИОПК-4.2. Проводит количественные и качественные исследования аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - методы взаимодействия со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3). 		
	<p>ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий.</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ИОПК-4.1); - проводить количественный и качественный анализ аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности. (ИОПК-4.2); - взаимодействовать со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками определения запросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности (ИОПК-4.1); - навыками проведения количественного и качественного анализа аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности. (ИОПК-4.2); - навыками взаимодействия со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3). 		

<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ИОПК-5.1. Анализирует основные тенденции развития современных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.</p> <p>ИОПК-5.4. Учитывает особенности медиакommunikационных систем региона, страны и мира при разработке коммуникационного продукта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОИПК-5.1, ИОПК-5.2); - особенности медиакommunikационных систем региона, страны, мира (ИОПК-5.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОИПК-5.1, ИОПК-5.2); - учитывать особенности медиакommunikационных систем региона, страны, мира (ИОПК-5.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками учета в профессиональной деятельности тенденций развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОИПК-5.1, ИОПК-5.2); - навыками учета особенности медиакommunikационных систем региона, страны, мира (ИОПК-5.4). 		
РПД «Межкультурные коммуникации» (Б1.Б.6.15)				
<p>ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ИОПК-3.1. Ориентируется в достижениях мировой и отечественной культуры, выделяет и учитывает основные этнокультурные, исторические и религиозные традиции в процессе создания коммуникационных продуктов.</p> <p>ИОПК-3.2. Анализирует социокультурные особенности аудитории, разрабатывает коммуникационный продукт с учетом этих особенностей.</p> <p>ИОПК-3.3. Использует современные достижения мировой и отечественной</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы межкультурной коммуникации в мировой и отечественной культуре, выделяя и учитывая основные этнокультурные, исторические и религиозные традиции в процессе создания коммуникационных продуктов (ИОПК-3.1); - особенности реализации межкультурной коммуникации с учетом социокультурных различий аудитории при разработке коммуникационного продукта (ИОПК-3.2); - правила построения межкультурной ком- 		

	<p>практики создания коммуникационных продуктов в профессиональной деятельности.</p>	<p>муникации, используя современные достижения мировой и отечественной практики создания коммуникационных продуктов в профессиональной деятельности (ИОПК-3.3);</p> <ul style="list-style-type: none"> - примеры межкультурной коммуникации созданных отечественных и мировых коммуникационных продуктов (ИОПК-3.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять межкультурную коммуникацию в мировой и отечественной культуре, выделяя и учитывая основные этнокультурные, исторические и религиозные традиции в процессе создания коммуникационных продуктов (ИОПК-3.1); - создавать межкультурную коммуникацию с учетом социокультурных различий аудитории при разработке коммуникационного продукта (ИОПК-3.2); - применять правила построения межкультурной коммуникации, используя современные достижения мировой и отечественной практики создания коммуникационных продуктов в профессиональной деятельности (ИОПК-3.3); - анализировать и использовать в своей профессиональной деятельности примеры межкультурной коммуникации созданных отечественных и мировых коммуникационных продуктов (ИОПК-3.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками осуществления межкультурной коммуникации в мировой и отечественной культуре, выделяя и учитывая основные этнокультурные, исторические и религиозные традиции в процессе создания коммуникационных продуктов (ИОПК-3.1); - навыками создания межкультурной коммуникации с учетом социокультурных различий аудитории при разработке коммуникационного продукта (ИОПК-3.2); 		
--	--	---	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - навыками применения правил построения межкультурной коммуникации, используя современные достижения мировой и отечественной практики создания коммуникационных продуктов в профессиональной деятельности (ИОПК-3.3); - навыками анализа и использования в своей профессиональной деятельности примеров межкультурной коммуникации созданных отечественных и мировых коммуникационных продуктов (ИОПК-3.4). 		
--	--	--	--	--

РПД «История рекламы и связей с общественностью» (Б1.Б.6.16)

<p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>ИУК-5.1. Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятийно-категориальный аппарат межкультурной коммуникации, основы и принципы межкультурного взаимодействия, обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем (ИУК-5.1); - основные социально-исторические, этнические, важнейшие типологические (политические, национально-этнические, социальные, культурные) особенности народов мира в целях выполнения профессиональных задач (ИУК-5.2); - принципы межкультурного взаимодействия и традиции различных этносов для решения задач межличностного и массового взаимодействия (ИУК-5.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - толерантно воспринимать и анализировать традиции и обычаи стран и народов (ИУК-5.1); - определять способы межкультурного взаимодействия при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач (ИУК-5.2); - предупреждать и регулировать конфликтные ситуации в межкультурных взаимодействиях в целях выполнения профессиональных задач (ИУК-5.3). 		
	<p>ИУК-5.2. Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач.</p>			
	<p>ИУК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия, толерантно воспринимает культурные особенности представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной цели.</p>			

		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования знаний о традициях и ценностях, обусловленных различием социально-исторических систем, для решения задач межличностного и межкультурного политического взаимодействия (ИУК-5.1); - навыками преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач. (ИУК-5.2); - навыками недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении для выполнения поставленной цели (ИУК-5.3). 		
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ИОПК-5.1. Анализирует основные тенденции развития современных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проблемы, тенденции исторического развития стран и регионов мира (ИОПК-5.1); - исторические, политические, правовые, этические факторы, влияющие на развитие региона и стран мира (ИОПК-5.2). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать проблемы, тенденции исторического развития стран и регионов мира (ИОПК-5.1); - исторические, политические, правовые, этические факторы, влияющие на развитие региона и стран мира (ИОПК-5.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятийно-категориальным аппаратом при анализе проблем, тенденций исторического развития стран и регионов мира (ИОПК-5.1); - навыками сравнительного анализа исторических, политических, правовых, этических факторов, влияющих на развитие региона и стран мира (ИОПК-5.2). 		
	<p>ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.</p>			
<p>РПД «Основы корпоративной культуры» (Б1.Б.6.17)</p>				
<p>УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению</p>	<p>ИУК-10.2. Планирует, организывает и проводит мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - задачи и формы корпоративной социализации (в рамках корпоративной идентичности сотрудников) в целях обеспечения формирования гражданской позиции и предотвраще- 		

	<p>ИУК-10.3. Осуществляет взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.</p>	<p>ния коррупционного поведения отдельных сотрудников и организации как коллективной корпоративной личности (ИУК-10.2);</p> <ul style="list-style-type: none"> - потенциал ценностно-нормативного ресурса корпоративной индивидуальности организации при решении задач внешней адаптации на основе информационного взаимодействия со своими корпоративными аудиториями на основе нетерпимого отношения к коррупции (ИУК-10.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - через мероприятия формальной и неформальной корпоративной социализации решать задачи по обеспечению формирования гражданской позиции и предотвращение коррупционного поведения отдельных сотрудников и организации как коллективной корпоративной личности (ИУК-10.2); - реализовать потенциал ценностно-нормативного ресурса корпоративной индивидуальности организации при решении задач внешней адаптации на основе информационного взаимодействия со своими корпоративными аудиториями на основе нетерпимого отношения к коррупции (ИУК-10.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения механизмов первичной и вторичной корпоративной социализации (в структуре ее мероприятий) при решении задач по обеспечению формирования гражданской позиции и предотвращение коррупционного поведения отдельных сотрудников и организации как коллективной корпоративной личности (ИУК-10.2). - систематическими навыками применения потенциала ценностно-нормативного ресурса корпоративной индивидуальности организации при решении задач внешней адаптации на основе информационного взаимодействия со своими корпоративными аудиториями на основе нетерпимого отношения к коррупции 		
--	---	---	--	--

<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий.</p> <p>ИОПК-4.4. Осуществляет коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организует специальные мероприятия для целевых аудиторий и широкой общественности.</p>	<p>(ИУК-10.3).</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стратегии и тактики взаимодействия со своей корпоративной аудиторией, умения объяснять и интерпретировать информацию интеграционного и адаптационного профиля, оценивания эффективности взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3); - стратегии и тактики осуществления коммуникационной деятельности в различных сферах общественной жизни, организации специальных мероприятий для целевых (корпоративных) аудиторий, широкой общественности и СМИ (ИОПК-4.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - взаимодействовать со своей аудиторией, уметь объяснять и интерпретировать информацию интеграционного и адаптационного профиля, оценивания эффективности взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3); - осуществлять коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организовывать специальные мероприятия для целевых (корпоративных) аудиторий, широкой общественности и СМИ (ИОПК-4.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками взаимодействовать со своей аудиторией, объяснения и интерпретации информации интеграционного и адаптационного профиля, оценивания эффективности взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3); - навыками осуществлять коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организации специальных мероприятий для целевых (корпоративных) аудиторий и широкой общественности и СМИ (ИОПК-4.4). 		
---	---	---	--	--

<p>ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ИОПК-7.2. Определяет этические и социокультурные нормы и использует их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом</p>	<p>Знать: - принципы определения этических и социокультурных норм (в координация с нормативными корпоративными аудиториями организации) и использования их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом (в рамках корпоративной индивидуальности и корпоративной идентичности) (ИОПК-7.2). Уметь: - определять этические и социокультурные нормы (в координации с нормативными корпоративными аудиториями организации) и использования их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом (в рамках корпоративной индивидуальности и корпоративной идентичности) (ИОПК-7.2). Владеть: - навыками определять этические и социокультурные нормы (в координация с нормативными корпоративными аудиториями организации) и использования их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом (в рамках корпоративной индивидуальности и корпоративной идентичности) (ИОПК-7.2).</p>		
<p>РПД «Выставочная работа» (Б1.Б.6.18)</p>				
<p>УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющих ресурсы и ограничений</p>	<p>ИУК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм. ИУК-2.4. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач.</p>	<p>Знать: - типы и виды выставочной деятельности компаний и проведения и/или участия в выставочных мероприятиях (ИУК-2.3); - общие аспекты планирования (исследование – составление плана – реализация участия в выставочной работе – оценка эффективности и корректировка плана) (ИУК-2.4). Уметь: - под контролем планировать проведение и/или участие в выставочной работе компании и проведение и/или участие в выставочных мероприятиях: под контролем планиро-</p>		

		<p>вать выставочную работу компании и /или выставочные мероприятия (ИУК-2.3);</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить позиционирование имиджа в целях накопления репутационного капитала/воспринятой позиции – создание бренда) (ИУК-2.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - техниками и технологиями планирования выставочной работы компаний и/или выставочных мероприятий (ИУК-2.3); - техниками и технологиями планирования и организации выставочной работы компаний и/или выставочных мероприятий (ИУК-2.4). 		
<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-4.1. Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовые характеристики и основные методы исследования участников выставочной деятельности; (ИОПК-4.1); - основные принципы организации и функции выставочной работы (ИОПК-4.2); - методы оценки эффективности участия в выставочной деятельности (ИОПК-4.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить исследования участников выставочной деятельности и определять их базовые характеристики (ИОПК-4.1); - планировать и организовывать выставочную работу в компании (ИОПК-4.2); - проводить оценку эффективности участия в выставочной деятельности (ИОПК-4.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками проведения исследований участников выставочной деятельности и определения их базовых характеристик (ИОПК-4.1); - навыками планирования и организации выставочной работы в компании (ИОПК-4.2.); - навыками проведения оценки эффективности участия в выставочной деятельности (ИОПК-4.3). 		
	<p>ИОПК-4.2. Проводит количественные и качественные исследования аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности.</p>			
	<p>ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий.</p>			
	<p>ИОПК-4.4. Осуществляет коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организует специальные мероприятия для целевых аудиторий и широкой общественности.</p>			
<p>ОПК-6 Способен понимать принципы ра-</p>	<p>ИОПК-6.1. Понимает принципы работы современных информационных</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные технические средства и ин- 		

<p>боты современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>технологий и использует современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, в том числе в работе с текстами и информацией для реализации профессиональной деятельности</p> <p>ИОПК-6.2. Использует современные программные продукты при подготовке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>формационно-коммуникационные технологий, современные программные продукты для организации выставочной работы компании (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2).</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные технические средства и информационно-коммуникационные технологий, современные программные продукты для организации выставочной работы компании (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий, современных программных продуктов для организации выставочной работы компании (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2). 		
<p>РПД «Антикризисные связи с общественностью» (Б1.Б.6.19)</p>				
<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий.</p> <p>ИОПК-4.4. Осуществляет коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организует специальные мероприятия для целевых аудиторий и широкой общественности.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - потенциальные социально-этические угрозы при планировании антикризисных кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью при взаимодействии с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3); - типологию кризисных ситуаций, основные приемы антикризисного управления (ИОПК-4.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять потенциальные социально-этические угрозы при планировании антикризисных кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью при взаимодействии с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3); - применять знания о планировании и организации антикризисных кампаний и мероприятий для целевых аудиторий и широкой общественности (ИОПК 4.4). 		

		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками определения потенциальных социально-этических угроз при планировании антикризисных кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью при взаимодействии с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3); - навыками планирования и организации антикризисных кампаний и мероприятий для целевых аудиторий и широкой общественности (ИОПК 4.4). 		
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ИОПК-5.4. Учитывает особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке коммуникационного продукта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке антикризисного коммуникационного продукта (ИОПК-5.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке антикризисного коммуникационного продукта (ИОПК-5.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками определения особенностей медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке антикризисного коммуникационного продукта (ИОПК-5.4). 		
<p>ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ИОПК-7.1. Оценивает эффективность проектов и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - критерии эффективности проектов в области антикризисного PR (ИОПК-7.1). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать эффективность проектов в области антикризисного PR и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности в области антикризисного PR, следуя принципам социальной ответственности (ИОПК-7.1). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыкам оценки эффективности проектов в области антикризисного PR и личный вклад 		

		в повышение эффективности профессиональной деятельности в области антикризисного PR, следуя принципам социальной ответственности (ИОПК-7.1).		
РПД «Основы бренд-менеджмента» (Б1.Б.6.20)				
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК-3.1. Ориентируется в достижениях мировой и отечественной культуры, выделяет и учитывает основные этнокультурные, исторические и религиозные традиции в процессе создания коммуникационных продуктов.	Знать: - многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и(или) медиапродуктов, и(или) бренда как коммуникационного продукта (ИОПК-3.1);		
	ИОПК-3.2. Анализирует социокультурные особенности аудитории, разрабатывает коммуникационный продукт с учетом этих особенностей.	- социокультурные особенности аудитории, влияющие на разработку бренда как коммуникационного продукта (ИОПК-3.2); - современные достижения мировой и отечественной практики создания бренда (ИОПК-3.3).		
	ИОПК-3.3. Использует современные достижения мировой и отечественной практики создания коммуникационных продуктов в профессиональной деятельности.	Уметь: - использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и(или) медиапродуктов, и(или) брендов коммуникационного продукта (ИОПК-3.1); - анализировать социокультурные особенности аудитории, влияющие на разработку бренда как коммуникационного продукта (ИОПК-3.2); - использовать современные достижения мировой и отечественной практики создания бренда (ИОПК-3.3). Владеть: - навыками использования в своей работе многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и(или) медиапродуктов, и(или) коммуникационных продуктов (ИОПК-3.1); - навыками анализа социокультурных особенностей аудитории, влияющие на разработку бренда как коммуникационного продукта (ИОПК-3.2); - современными достижениями мировой и		

<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-4.1. Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией.</p> <p>ИОПК-4.2. Проводит количественные и качественные исследования аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности.</p> <p>ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий.</p>	<p>отечественной практики создания бренда (ИОПК-3.3).</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовые запросы и потребности общества и аудитории при создании и продвижении бренда как коммуникационного продукта (ИОПК-4.1); - методы количественного и качественного анализа аудитории в соответствии с целями и задачами создания и продвижения бренда как коммуникационного продукта (ИОПК-4.2); - методы взаимодействия со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отвечать на запросы и потребности общества и аудитории при создании и продвижении бренда как коммуникационного продукта (ИОПК-4.1); - проводить количественный и качественный анализ аудитории в соответствии с целями и задачами при создании и продвижении бренда как коммуникационного продукта. (ИОПК-4.2); - взаимодействовать со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3); <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками определения запросов и потребностей общества и аудитории при создании и продвижении бренда как коммуникационного продукта (ИОПК-4.1); - навыками проведения количественного и качественного анализа аудитории в соответствии с целями и задачами при создании и продвижении бренда как коммуникационно- 		
---	---	---	--	--

		го продукта (ИОПК-4.2); - навыками взаимодействия со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИОПК-4.3).		
РПД «Безопасность в сетевом обществе» (Б1.Б.6.21)				
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1. Оценивает эффективность проектов и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности. ИОПК-7.2. Определяет этические и социокультурные нормы и использует их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом	Знать: - принципы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и правовой культуры, следуя принципам социальной ответственности (ИОПК-7.1); - основные принципы административно-правовой защиты информации (ИОПК-7.2.). Уметь: - своевременно реагировать на различные угрозы информационной безопасности при осуществлении профессиональной деятельности (ИОПК-7.1); - применять основные принципы административно-правовой защиты информации (ИОПК-7.2). Владеть: - навыками своевременного реагирования на различные угрозы информационной безопасности при осуществлении профессиональной деятельности (ИОПК-7.1); - навыками применения основных принципов административно-правовой защиты информации (ИОПК-7.2).		
РПД «Современная пресс-служба» (Б1.Б.6.22)				
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в	ИОПК-1.1. Грамотно и логически выстраивает речь на родном и иностранном языке. ИОПК-1.2. Использует современные информационно-коммуникативные технологии в работе с текстами, информацией, представленной в различ-	Знать: - основы построения речи и грамотной композиции текста для организации публичных выступлений и мероприятий для СМИ (ИОПК-1.1); - инструменты, приемы и технологии работы со СМИ (ИОПК-1.2).		

соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых	ных знаковых системах	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - грамотно выстраивать структуру выступления для участия в собственных или сторонних мероприятиях (ИОПК-1.1); - использовать инструменты, приемы и технологии работы со СМИ (ИОПК-1.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками логической организации речи и приемами ораторского искусства для участия в публичных мероприятиях (ИОПК-1.1); - навыками применения инструментов, приемов и технологий работы со СМИ (ИОПК-1.2). 		
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.4. Учитывает особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке коммуникационного продукта	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру и основные характеристики коммуникационных продуктов (ИОПК-5.4.). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проектировать коммуникационные продукты (ИОПК-5.4.). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками проектирования, внедрения и последующего анализа коммуникационных продуктов (ИОПК-5.4.). 		
РПД «Технологии самопрезентаций» (Б1.В.ОД.1)				
ПКС-4 Способен вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами), выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	ИПКС-4.3. Выступает на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру и особенности презентаций и публичных выступлений (ИПКС-4.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать приемы и методы построения и организации выступлений на различных мероприятиях (ИПКС-4.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации и последующего анализа выступления на различных мероприятиях (ИПКС-4.3). 	06.009 В/03.6	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-4.3). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии (ИПКС-4.3); - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-4.3). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регу-

				лирующие профессиональную деятельность (ИПКС-4.3).
РПД «Маркетинговый анализ СМИ» (Б1.В.ОД.2)				
ПКС-3 Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей на рынке продукции СМИ	<p>ИПКС-3.1. Определяет факторы, влияющие на потребительский спрос СМИ.</p> <p>ИПКС-3.2. Проводит сегментацию целевой аудитории СМИ на основе демографических, социально-экономических, географических и поведенческих критериев</p> <p>ИПКС-3.3. Определяет существенные характеристики целевой аудитории потребителей продукции СМИ</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ (ИПКС-3.1); - критерии сегментации целевой аудитории (ИПКС-3.2); -существенные характеристики целевой аудитории потребителей целевой аудитории потребителей на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ (ИПКС-3.1); - выявлять критерии сегментации целевой аудитории (ИПКС-3.2); - выявлять существенные характеристики целевой аудитории потребителей целевой аудитории потребителей на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ (ИПКС-3.1); - навыками определения критериев сегментации целевой аудитории (ИПКС-3.2); - существенные характеристики целевой аудитории потребителей целевой аудитории потребителей на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.3). 	06.009 В/01.6	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1); - поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.2); - определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ (ИПКС-3.3). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);

				<ul style="list-style-type: none"> - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - маркетинговые технологии (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).
--	--	--	--	---

РПД «Количественные исследования СМИ» (Б1.В.ОД.3)

<p>ПКС-1 Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;</p>	<p>ИПКС-1.1. Использует современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ</p> <p>ИПКС-1.2. Применяет количественные методы анализа, анализирует и интерпретирует полученные данные</p> <p>ИПКС-1.4. Составляет аналитические отчеты, проводит презентацию результатов маркетингового / социологического исследования</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы и инструменты количественных исследований (ИПКС-1.1); - механизмы, технологию анализа и интерпретации данных, полученных в количественных исследованиях (ИПКС-1.2); - структуру аналитического отчета и презентации количественного маркетингового / социологического исследования (ИПКС-1.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты в области количественных исследований для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.1); - использовать количественные методы анализа, анализировать и интерпретировать по- 	<p>06.009 В/01.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.1); - поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.1); - анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.2, ИПКС-1.4); - определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ (ИПКС-1.2). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты (ИПКС-1.1);
---	---	---	--------------------------	--

<p>составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового / социологического исследования</p>		<p>лученные данные (ИПКС-1.2);</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять аналитический отчет и презентацию количественного маркетингового / социологического исследования (ИПКС-1.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий (в том числе интернет-технологий) и специализированных программных продуктов в области количественных исследований для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.1); - навыками применения количественных методов анализа и интерпретации полученных данных (ИПКС-1.2); - навыками написания аналитического отчета и презентации количественного маркетингового / социологического исследования (ИПКС-1.4). 		<ul style="list-style-type: none"> - находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные методы анализа (ИПКС-1.2); - выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей (ИПКС-1.2); - составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования (ИПКС-1.4). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - маркетинговые технологии (ИПКС-1.1); - основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации (ИПК-1.2, ИПКС-1.4).
--	--	---	--	--

РПД «Качественные методы исследования СМИ» (Б1.В.ОД.4)

<p>ПКС-1 Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;</p>	<p>ИПКС-1.1. Использует современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ</p> <p>ИПКС-1.3. Применяет качественные методы анализа, анализирует и интерпретирует полученные данные</p> <p>ИПКС-1.4. Составляет аналитические отчеты, проводит презентацию результатов маркетингового / социологического исследования</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - информационно-коммуникационные технологии для проведения качественных исследований (ИПКС-1.1); - структуру интерпретаций качественных методов анализа СМИ (ИПКС-1.3); - методики проведения качественных исследований (ИПКС-1.3); - структуру аналитических отчетов маркетингового\социологического исследования (ИПКС-1.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные информационно-коммуникационные технологии в исследовании СМИ (ИПКС -1.1); - применять качественные методы анализа в исследовании СМИ (ИПКС-1.3); - составлять аналитические записки на основе полученных данных. (ИПКС-1.4); 	<p>06.009 В/01.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.1); - поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.1); - анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.3, ИПКС-1.4); - определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ (ИПКС-1.3). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты (ИПКС-1.1);
---	---	---	--------------------------	--

<p>составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового / социологического исследования</p>		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современными информационно-коммуникационными технологиями при исследовании СМИ (ИПКС-1.1); - качественными методами исследования СМИ (ИПКС-1.3); - методикой проведения социологического исследования для поиска информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС -1.4). 		<ul style="list-style-type: none"> - находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные методы анализа (ИПКС-1.3); - выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей (ИПКС-1.3); - составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования (ИПКС-1.4). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - маркетинговые технологии (ИПКС-1.1); - основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации (ИПК-1.3, ИПКС-1.4).
<p>РПД «Договорные отношения в рекламной деятельности» (Б1.В.ОД.5)</p>				
<p>ИПКС-5 Способен составлять договоры гражданско-правового характера на проведение маркетингового / социологического исследования, на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах; оформлять необходимую документацию по реализации договоров</p>	<p>ИПКС-5.1. Определяет структуру и содержание гражданско-правовых договоров</p> <p>ИПКС-5.2. Определяет порядок заключения гражданско-правовых договоров и другой необходимой документации по реализации договоров</p> <p>ИПКС-5.3. Составляет договоры гражданско-правового характера на проведение маркетингового / социологического исследования, на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы нормативно-правового регулирования рекламной деятельности при составлении и заключении договоров (ИПКС-5.1); - содержание и структуру гражданско-правовых договоров по предоставлению и распространению рекламных услуг и продуктов (ИПКС-5.2); - специфику составления договоров гражданско-правового характера на проведение маркетингового / социологического исследования, на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-5.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять гражданско-правовые договоры, определять права и обязанности субъектов правоотношений в соответствии с нормами российского и международного законодательства (ИПКС-5.1); - определять порядок заключения гражданско-правовых договоров и другой необходимой документации по реализации договоров 	<p>06.009 В/01.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-5.1, ИПКС-5.2, ИПКС-5.3); - контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-5.1, ИПКС-5.2, ИПКС-5.3). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров (ИПКС-5.1, ИПКС-5.2, ИПКС-5.3). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - гражданское законодательство Российской Федерации (ИПКС-5.1, ИПКС-5.2, ИПКС-5.3). - корпоративные стандарты, регламенты и

		<p>(ИПКС-5.2);</p> <p>- составлять договоры гражданско-правового характера на проведение маркетингового / социологического исследования, на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-5.3).</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками составления договоров гражданско-правового характера, в том числе на проведение маркетингового / социологического исследования, на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-5.1, ИПКС-5.3);</p> <p>- навыками применения основных нормативно-правовых актов между субъектами правоотношений в рекламной деятельности и в связях с общественностью (ИПКС-5.2).</p>		<p>иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-5.1, ИПКС-5.2);</p> <p>- правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности (ИПКС-5.1).</p>
			06.009 В/03.6	<p>Трудовые действия:</p> <p>- составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-5.1, ИПКС-5.2, ИПКС-5.3);</p> <p>- контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-5.1, ИПКС-5.2, ИПКС-5.3).</p> <p>Трудовые умения:</p> <p>- составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров (ИПКС-5.1, ИПКС-5.2, ИПКС-5.3).</p> <p>Трудовые знания:</p> <p>- гражданское законодательство Российской Федерации (ИПКС-5.1, ИПКС-5.2, ИПКС-5.3).</p> <p>- корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-5.1, ИПКС-5.2);</p> <p>- правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности (ИПКС-5.1).</p>
РПД «Специальные и корпоративные мероприятия в продвижении СМИ» (Б1.В.ОД.6)				
ПКС-6 Способен организовывать проекты,	ИПКС-6.1. Определяет специфику планирования, осуществления и оценки	Знать: - основные тенденции и особенности прове-	06.009 В/03.6	Трудовые действия: - подготовка предложений подразделени-

<p>направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ</p> <p>ИПКС-6.2. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>дения и планирования проектов специальных и корпоративных мероприятий, направленных на продвижение СМИ (ИПКС-6.1);</p> <p>- особенности и структуру организации различных проектов специальных и корпоративных мероприятий, направленных на продвижение и повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2).</p> <p>Уметь:</p> <p>- организовывать, проводить и планировать проекты специальных и корпоративных мероприятий, направленные на продвижение СМИ (ИПКС-6.1);</p> <p>- организовывать и анализировать проекты специальных и корпоративных мероприятий, направленные на продвижение и повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2).</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками организации, проведения, планирования и оценки проектов специальных и корпоративных мероприятий, направленных на продвижение СМИ (ИПКС-6.1);</p> <p>- навыками организации проектов специальных и корпоративных мероприятий, направленных на продвижение и повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.1).</p>	<p>ям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2);</p> <p>- поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2);</p> <p>- контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для предвидения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2);</p> <p>- организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2);</p> <p>- организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2).</p> <p>Трудовые умения:</p> <p>- использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2);</p> <p>- выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2);</p> <p>- вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2).</p> <p>Трудовые знания:</p> <p>- основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2);</p> <p>- методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2);</p> <p>- основы проектной деятельности (ИПКС-</p>
--	---	--	--

<p>ПКС-7 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ИПКС-7.1. Определяет алгоритм проведения коммуникационных кампаний</p> <p>ИПКС-7.2. Составляет PR-бриф как организационный документ коммуникационной кампании</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологии определения алгоритма проведения коммуникационных кампаний специальных и корпоративных мероприятий продвижения СМИ (ИПКС-7.1); - основы составления PR-брифов специальных и корпоративных мероприятий продвижения СМИ как организационных документов коммуникационных кампаний (ИПКС-7.2). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять алгоритм проведения коммуникационных кампаний специальных и корпоративных мероприятий продвижения СМИ (ИПКС-7.1); - составлять PR-брифы специальных и корпоративных мероприятий продвижения СМИ как организационных документов коммуникационных кампаний (ИПКС-7.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками формирования алгоритма проведения коммуникационных кампаний специальных и корпоративных мероприятий продвижения СМИ (ИПКС-7.1); - составления PR-брифов специальных и корпоративных мероприятий продвижения СМИ как организационных документов коммуникационных кампаний (ИПКС-7.2). 	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>6.1, ИПКС-6.2).</p> <p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2); - поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2); - контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2); - организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2); - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2); - методы оценки позиции интернет-сайта в
---	--	---	--------------------------	---

				поисковых системах (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2); - основы проектной деятельности (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2).
ПКС-9 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>ИПКС-9.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p> <p>ИПКС-9.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные маркетинговые инструменты для планирования производства и реализации коммуникационных продуктов специальных и корпоративных мероприятий продвижения СМИ (ИПКС-9.1); - особенности участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационных продуктов специальных и корпоративных мероприятий продвижения СМИ (ИПКС-9.2). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать маркетинговые инструменты для планирования производства и реализации коммуникационных продуктов специальных и корпоративных мероприятий продвижения СМИ (ИПКС-9.1); - принимать участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационных продуктов специальных и корпоративных мероприятий продвижения СМИ (ИПКС-9.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования маркетинговых инструментов для планирования производства и реализации коммуникационных продуктов специальных и корпоративных мероприятий продвижения СМИ (ИПКС-9.1); - навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационных продуктов специальных и корпоративных мероприятий продвижения СМИ (ИПКС-9.2). 	06.009 В/03.6	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2); - поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2); - контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для предвидения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2); - организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2); - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2).

				Трудовые знания: - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2); - методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2); - основы проектной деятельности (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2).
РПД «Интернет-маркетинг СМИ» (Б1.В.ОД.7)				
ПКС-6 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	ИПКС-6.2. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	Знать: - особенности и структуру организации различных проектов (ИПКС-6.2.) Уметь: - организовывать и анализировать проекты, направленные на продвижение в СМИ (ИПКС-6.2.) Владеть: - организовывать, проводить и планировать проекты, направленные на продвижение в СМИ (ИПКС-6.2.)	06.009 В/03.6	Трудовые действия: - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-6.1); - поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-6.1); - организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2). Трудовые умения: - использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2); Трудовые знания: - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-6.1); - методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах (ИПКС-6.1); - основы проектной деятельности (ИПКС-6.2).
ПКС-7 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПКС-7.3. Принимает участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации, на ос-	Знать: - основы планирования, подготовки и организации различных коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ИПКС-7.3).	06.009 В/03.6	Трудовые действия: - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-7.3);

	<p>новые результатов исследований</p>	<p>Уметь: - планировать, подготовить и организовать различные коммуникационные кампании, проекты и мероприятия (ИПКС-7.3). Владеть: - навыками планирования, подготовки и организации различных коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ИПКС-7.3).</p>		<ul style="list-style-type: none"> - поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-7.3); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-7.3); - организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-7.3). <p>Трудовые умения: - использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии (ИПКС-7.3).</p> <p>Трудовые знания: - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-7.3); - методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах (ИПКС-7.3); - основы проектной деятельности (ИПКС-7.3).</p>
<p>ПКС-9 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ИПКС-9.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными группами целевых аудиторий</p>	<p>Знать: - основы сбора и анализа обратной связи, инструменты мониторинга информации в интернете (ИПКС-9.3). Уметь: - собирать и анализировать обратную связь, использовать инструменты и приложения для мониторинга информации в интернете (ИПКС-9.3). Владеть: - навыками сбора и анализа обратной связи, использования программ, инструментов и приложений для мониторинга информации в интернете (ИПКС-9.3).</p>	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия: - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-9.1); - поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-9.1); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-9.3).</p> <p>Трудовые умения: - использовать современные информаци-</p>

				<p>онно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии (ИПКС-9.1, ИПКС-9.3);</p> <p>- вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-9.3).</p> <p>Трудовые знания:</p> <p>- основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-9.1, ИПКС-9.3);</p> <p>- основы проектной деятельности (ИПКС-9.1).</p>
--	--	--	--	--

РПД Элективные курсы по физической культуре и спорту

<p>УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>ИУК-7.1. Выбирает здоровые сберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности.</p>	<p>Знать:</p> <p>- способы и методы по проектированию физкультурно-оздоровительной деятельности (ИУК-7.1);</p> <p>- как применять умения и навыки для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки (УИК-7.2);</p> <p>- возрастные и индивидуальные особенности своего организма и осуществлять самоконтроль и самооценку достигнутых результатов (УИК-7.3).</p> <p>Уметь:</p> <p>- анализировать и демонстрировать определённые умения и навыки в поддержание здорового образа жизни (УИК 7.1);</p> <p>- самостоятельно применять разнообразные средства в обеспечение работоспособности (УИК-7.2);</p> <p>- самостоятельно заниматься физической активностью, соблюдать гигиенические основы, планировать режим труда и отдыха (УИК-7.3).</p> <p>Владеть:</p> <p>- умениями и навыками по организации двигательной активности с учетом физиологических особенностей организма (УИК-7.1);</p> <p>- умением применять комплекс физических упражнений в свое рабочее и свободное время (УИК-7.2);</p>		
	<p>ИУК-7.2. Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.</p>			
	<p>ИУК-7.3. Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.</p>			

		- умениями и навыками в организации здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности (УИК 7.3).		
РПД «Стилистика и литературное редактирование» (Б1.В.ДВ.1.1)				
ПКС-4 Способен вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами), выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	ИПКС-4.2. Ведет деловые переговоры, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами) ИПКС-4.3. Выступает на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	Знать: - жанровое своеобразие текстов официально-делового стиля (ИПКС-4.2); - систему стилей современного русского языка, основы и особенности стилеобразования функциональных стилей; композиционные характеристики и особенности речевого оформления текстов различных жанров (ИПКС-4.3). Уметь: - представить стилистически точно деловой текст единого содержания в устной и письменной форме (ИПКС-4.2); - конструировать текст публичного выступления в соответствии с прямым и косвенным стилистическим заданием (ИПКС-4.3). Владеть: - приемами стилистически и ситуативно точной подачи делового текста определенного жанра и системе деловых переговоров (ИПКС-4.2); - приемами стилистически точного авторедактирования устного текста в реальных условиях публичного мероприятия (ИПКС-4.3).	06.009 В/03.6	Трудовые действия: - поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-4.2, ИПКС-4.3); - составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-4.2, ИПКС-4.3); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-4.2, ИПКС-4.3). Трудовые умения: - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-4.2, ИПКС-4.3); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-4.2, ИПКС-4.3). Трудовые знания: - корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-4.2, ИПКС-4.3).
ПКС-8 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИПКС-8.2. Создает первичные тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать: - разноуровневый и многообразный стилистический потенциал русского языка: стилистические языковые средства идентификации рекламного текста и в целом - текста в сфере связей с общественностью; структуру редакторской работы, виды редакторской правки (ИПКС-8.2).	06.009 В/03.6	Трудовые действия: - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-8.2); - составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения

		<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составить оригинальный выразительный текст рекламы и связей с общественностью; редактировать его в соответствии с изменившейся задачей, объемом, композицией, определяя и обосновывая виды применяемых правок (ИПКС-8.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемами ситуативно целесообразного авторедактирования; создания стилистически разнообразных и оправданных текстов одного содержания (ИПКС-8.2). 		<p>продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-8.2);</p> <ul style="list-style-type: none"> - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-8.2). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-8.2); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-8.2). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-8.2).
РПД «Риторика» (Б1.В.ДВ.1.2)				
<p>ИПКС-4 Способен вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами), выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями</p>	<p>ИПКС-4.1. Определяет принципы построения деловой коммуникации</p> <p>ИПКС-4.3. Выступает на публичных мероприятиях с докладами и презентациями</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные стратегии и тактики делового взаимодействия; законы современной общей риторики (ИПКС-4.1); - правила и закономерности речевого поведения в ситуации выступления на публичных мероприятиях (ИПКС-4.3); - основы композиции публичного текста; законы логики и аргументации в публичном выступлении (ИПКС-4.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устанавливать эффективные партнерские взаимоотношения с коллегами, клиентами и пр., вести дискуссию и другие формы диалогового взаимодействия (ИПКС-4.1); - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-4.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мастерством ведения деловой беседы, стратегиями и тактиками дискуссионной речи (ИПКС-4.1); - навыками эффективного речевого поведения в ситуации публичного выступления (ИПКС-4.3); - навыками техники речи, интонационной 	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-4.1, ИПКС-4.3); - составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-4.1, ИПКС-4.3); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-4.1, ИПКС-4.3). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-4.1, ИПКС-4.3); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-4.1, ИПКС-4.3). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - корпоративные стандарты, регламенты и

		выразительности, языков мимики и жестов при выступлениях с докладами и презентациями (ИПКС-4.3).		иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-4.1, ИПКС-4.3).
ПКС-8 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИПКС-8.2. Создает первичные тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать: - основы композиционно-речевого оформления текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации (ИПКС-8.2.); - приемы и средства речевой выразительности создания риторических текстов (ИПКС-8.2). Уметь: - разрабатывать и грамотно оформлять творческие риторические тексты публичных выступлений (ИПКС-8.2); - разрабатывать сценарии различных публичных мероприятий (презентаций, викторин, творческих встреч и пр.) и тексты для модераторов, ведущих пр. (ИПКС-8.2). Владеть: - методиками генерирования идей первичных текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации (ИПКС-8.2); - лингвистическими навыками создания и грамотного оформления риторических текстов (ИПКС-8.2).	06.009 В/03.6	Трудовые действия: - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-8.2); - составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-8.2); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-8.2). Трудовые умения: - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-8.2); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-8.2). Трудовые знания: - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-8.2).
РПД «Управление имиджем СМИ» (Б1.В.ДВ.2.1)				
ПКС-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ИПКС-2.2. Использует социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации ИПКС-2.3. Разрабатывает и обосновывает варианты управленческих решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать: - стандарты определения морально-этических принципов профессиональной деятельности СМИ при информационном (имиджевом) управлении своими аудиториями (ПКС-2.2); - основы использования социальных проектов в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации через продвижение имиджа в СМИ (ИПКС-2.2); - основ разработки и обоснования вариантов управленческих решений при продвижении	06.009 В/03.6	Трудовые действия: - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-1, ИПКС-2.3); - поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-2.3); - организация представления продвигае-

		<p>своего имиджа в СМИ на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3).</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять морально-этические принципы профессиональной деятельности СМИ при информационном (имиджевом) управлении своими аудиториями (ИПКС-2.2); - использовать социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации через продвижение своего имиджа в СМИ (ИПКС-2.2); - разрабатывать и обосновывать варианты управленческих решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками определения морально-этических принципов профессиональной деятельности СМИ при информационном (имиджевом) управлении своими аудиториями (ИПКС-2.2); - навыками использования социальных проектов в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации через продвижение своего имиджа в СМИ (ИПКС-2.2); - навыками разработки и обоснования вариантов управленческих решений при продвижении своего имиджа в СМИ на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3). 		<p>мой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-1, ИПКС-2.2);</p> <ul style="list-style-type: none"> - организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-2.2). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии (ИПКС-2.3); - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-1, ИПКС-2.2); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-1, ИПКС-2.3); <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-1, ИПКС-2.3); - основы проектной деятельности (ИПКС-2.2); - корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-2.3).
<p>ПКС-6 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>ИПКС-6.2. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p> <p>ИПКС-6.3. Анализирует коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подходы к организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ (через продвижение своего имиджа), включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2); - существенные особенности коммуникацион- 	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-6.2); - организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные меро-

		<p>ных благотворительных мероприятий при продвижении имиджа в СМИ (ИПКС-6.3).</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ (через продвижение своего имиджа в СМИ), включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2); - анализировать коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий при продвижении имиджа в СМИ (ИПКС-6.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ (через продвижение своего имиджа в СМИ), включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2); - навыками анализировать коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий при продвижении имиджа в СМИ (ИПКС-6.3). 		<p>приятия (ИПКС-6.3).</p> <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-6.2); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-6.3). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы проектной деятельности (ИПКС-6.2); - корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-6.3).
<p>ПКС-8 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ИПКС-8.1. Создает актуальные информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>ИПКС-8.3. Разрабатывает инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - актуальные приемы создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе при управлении имиджем СМИ (ИПКС-8.1); - инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при управлении имиджем СМИ (ИПКС-8.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять творческие решения в управлении имиджем СМИ с учетом мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.1); - осуществлять трансляцию миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при управлении имиджем СМИ (ИПКС-8.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания информационных пово- 	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2); - составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-8.2); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами

		дов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе при управлении имиджем СМИ (ИПКС-8.1); - навыками трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при управлении имиджем СМИ (ИПКС-8.3).		(клиентами) ИПКС-8.1, ИПКС-8.2). Трудовые знания: - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2).
РПД «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений» (Б1.В.ДВ.2.2) (наименование дисциплины/практики) (шифр дисциплины/практики согласно учебному плану)				
ПКС-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ИПКС-2.2. Использует социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации ИПКС-2.3. Разрабатывает и обосновывает варианты управленческих решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать: - направления политики развития клиентурных отношений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3). Уметь: - анализировать направления развития политики клиентурных отношений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3). Владеть: - навыками проектирования направлений развития политики клиентурных отношений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3).	06.009 В/03.6	Трудовые действия: - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-1, ИПКС-2.3); - поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-2.3); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-1, ИПКС-2.2); - организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-2.2). Трудовые умения: - использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии (ИПКС-2.3); - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-1, ИПКС-2.2); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-1, ИПКС-2.3);

				<p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-1, ИПКС-2.3); - основы проектной деятельности (ИПКС-2.2); - корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-2.3).
<p>ПКС-6 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>ИПКС-6.2. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - типологию благотворительных мероприятий, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ (ИПКС-6.2); - методики анализа социальных и экономических коммуникационных эффектов благотворительных мероприятий (ИПКС-6.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проектировать благотворительные мероприятия, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ (ИПКС-6.2); - анализировать социальные и экономические коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий (ИПКС-6.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками проектирования благотворительных мероприятий, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ (ИПКС-6.2); - навыками определения коммуникационных эффектов благотворительных мероприятий (ИПКС-6.3). 	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-6.2); - организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.3). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-6.2); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-6.3). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы проектной деятельности (ИПКС-6.2); - корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-6.3).
	<p>ИПКС-6.3. Анализирует коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий</p>			
<p>ПКС-8 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ИПКС-8.1. Создает актуальные информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - актуальные приемы создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе при реализации клиентурных отношений (ИПКС-8.1); - инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде при реализации клиентурных отношений (ИПКС- 	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2); - составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-
	<p>ИПКС-8.3. Разрабатывает инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде</p>			

		8.3). Уметь: - применять творческие решения в управлении клиентурными отношениями с учетом мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.1); - осуществлять трансляцию миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при реализации клиентурных отношений (ИПКС-8.3). Владеть: - навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, в том числе при реализации клиентурных отношений (ИПКС-8.1); - навыками трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при реализации клиентурных отношений (ИПКС-8.3).		сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2). Трудовые умения: - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-8.2); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) ИПКС-8.1, ИПКС-8.2). Трудовые знания: - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2).
--	--	---	--	--

РПД «Управление репутацией СМИ» (Б1.В.ДВ.3.1)

ИПКС-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ИПКС-2.1. Определяет морально-этические принципы профессиональной деятельности ИПКС-2.2. Использует социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации ИПКС-2.3. Разрабатывает и обосновывает варианты управленческих решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знать: - морально-этические принципы профессиональной деятельности в области управления репутацией СМИ (ИПКС-2.1); - способы использования социальных проектов в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации, направленной на формирование репутации в СМИ (ИПКС-2.2); - основы разработки и обоснования вариантов управленческих решений при формировании и управлении репутацией в СМИ на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3). Уметь: - оценивать морально-этические ориентиры профессиональной деятельности в области	06.009 В/03.6	Трудовые действия: - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3); - организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3). Трудовые умения: - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3);
--	---	--	------------------	--

		<p>управления репутацией СМИ (ИПКС-2.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации, направленной на формирование репутации в СМИ (ИПКС-2.2); - разрабатывать и обосновывать варианты управленческих решений при формировании и управлении репутацией в СМИ на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оценки морально-этические ориентиры профессиональной деятельности в области управления репутацией СМИ (ИПКС-2.1); - навыками использования социальных проектов в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации, направленной на формирование репутации в СМИ (ИПКС-2.2); - навыками разрабатывать и обосновывать варианты управленческих решений при управлении репутацией в СМИ на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3). 		<ul style="list-style-type: none"> - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3); - основы проектной деятельности (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3); - корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3).
<p>ПКС-6 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>ИПКС-6.2. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p> <p>ИПКС-6.3. Анализирует коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подходы к организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции и формирование репутации СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2); - особенности коммуникационных благотворительных мероприятий при формировании и управлении репутацией в СМИ (ИПКС-6.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать проекты, направленные на 	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-6.2, ИПКС-6.3); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-6.2, ИПКС-6.3); - организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные меро-

		<p>повышение узнаваемости продукции и формирование репутации СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2);</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий, направленных на формирование репутации в СМИ (ИПКС-6.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции и управление репутацией СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2); - навыками анализа коммуникационных эффектов благотворительных мероприятий, направленных на управление репутацией в СМИ (ИПКС-6.3). 		<p>приятия (ИПКС-6.2, ИПКС-6.3).</p> <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-6.2, ИПКС-6.3); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-6.2, ИПКС-6.3). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-6.2, ИПКС-6.3); - основы проектной деятельности (ИПКС-6.2, ИПКС-6.3); - корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-6.2, ИПКС-6.3).
«Репутационный менеджмент СМИ» (Б1.В.ДВ.3.2)				
<p>ПКС-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>ИПКС-2.1. Определяет морально-этические принципы профессиональной деятельности</p> <p>ИПКС-2.2. Использует социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации</p> <p>ИПКС-2.3. Разрабатывает и обосновывает варианты управленческих решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - морально-этические стандарты профессиональной деятельности при планировании направлений репутационного менеджмента СМИ (ИПКС-2.1); - методы, способы и инструменты социального проектирования при реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации, направленной на узнаваемость СМИ (ИПКС-2.2); - механизмы принятия решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности при реализации политики узнаваемости СМИ (ИПКС-2.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять морально-этические стандарты профессиональной деятельности при планировании направлений репутационного менеджмента СМИ (ИПКС-2.1); - применять методы, способы и инструменты социального проектирования при реализации политики социальной и корпоративной от- 	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3); - организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3).

		<p>ветственности организации, направленной на узнаваемость СМИ (ИПКС-2.2);</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять механизмы принятия решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности при реализации политики узнаваемости СМИ (ИПКС-2.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения морально-этических стандартов профессиональной деятельности при планировании направлений репутационного менеджмента СМИ (ИПКС-2.1); - навыками социального проектирования при реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации, направленной на узнаваемость СМИ (ИПКС-2.2); - навыками принятия управленческих решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности при реализации политики узнаваемости СМИ (ИПКС-2.3). 		<p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3); - основы проектной деятельности (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3); - корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3).
<p>ПКС-6 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>ИПКС-6.2. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p> <p>ИПКС-6.3. Анализирует коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - типологию проектов в области репутационного менеджмента, направленных на повышение узнаваемости продукции и формирование репутации СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2); - инструменты и методы анализа коммуникационных эффектов от благотворительных мероприятий (ИПКС-6.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать коммуникационные кампании, направленные на повышение узнаваемости продукции и формирование репутации СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2); - анализировать коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий, направленных на формирование репутации в СМИ (ИПКС-6.3). 	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-6.2, ИПКС-6.3); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-6.2, ИПКС-6.3); - организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2, ИПКС-6.3). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-6.2, ИПКС-6.3); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами

		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации коммуникационных кампаний, направленных на повышение узнаваемости продукции и формирование репутации СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2); - навыками анализа коммуникационных эффектов благотворительных мероприятий, направленных на управление репутацией в СМИ (ИПКС-6.3). 		<p>(клиентами) (ИПКС-6.2, ИПКС-6.3).</p> <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-6.2, ИПКС-6.3); - основы проектной деятельности (ИПКС-6.2, ИПКС-6.3); - корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-6.2, ИПКС-6.3).
РПД «Медиаэкономика» (Б1.В.ДВ.4.1)				
<p>ПКС-3 Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей на рынке продукции СМИ</p>	<p>ИПКС-3.1. Определяет факторы, влияющие на потребительский спрос СМИ.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - механизмы влияния внешних факторов на потребительский спрос СМИ и специфику журналистской информации как информационного продукта, а также особенности медиапродуктов на рынке СМИ (ИПКС-3.1.); - закономерности развития информационного рынка СМИ, основы редакционно-издательского маркетинга и менеджмента (ИПКС-3.2, ИПКС-3.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определить механизмы влияния внешних факторов на потребительский спрос СМИ и специфику журналистской информации как информационного продукта, а также особенности медиапродуктов на рынке СМИ (ИПКС-3.1); - анализировать закономерности развития информационного рынка СМИ, основы редакционно-издательского маркетинга и менеджмента (ИПКС-3.2, ИПКС-3.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками определения влияния внешних факторов на потребительский спрос СМИ и специфику журналистской информации как информационного продукта, а также особенности медиапродуктов на рынке СМИ (ИПКС-3.1.); - навыками составления прогноза относительно развития закономерностей информа- 	<p>06.009 В/01.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов марке-
	<p>ИПКС-3.2. Проводит сегментацию целевой аудитории СМИ на основе демографических, социально-экономических, географических и поведенческих критериев</p>			
	<p>ИПКС-3.3. Определяет существенные характеристики целевой аудитории потребителей продукции СМИ</p>			

		ционного рынка СМИ и редакционно-издательского маркетинга и менеджмента		тингового исследования (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3). Трудовые знания: - маркетинговые технологии (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).
РПД «Экономика СМИ» (Б1.В.ДВ.4.2)				
ПКС-3 Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей на рынке продукции СМИ	ИПКС-3.1. Определяет факторы, влияющие на потребительский спрос СМИ.	Знать: - факторы, влияющие на потребительский спрос СМИ в условиях ограниченных ресурсов (ИПКС-3.1.). - способы сегментацию целевой аудитории СМИ на основе демографических, социально-экономических, географических и поведенческих критериев (ПКС-3.2.). - основные экономические характеристики целевой аудитории потребителей продукции СМИ с учетом внешних факторов (ИПКС-3.3.). Уметь: - определить принципы и факторы, влияющие на потребительский спрос СМИ в условиях ограниченных ресурсов (ИПКС-3.1.). - выявить и анализировать основные способы сегментацию целевой аудитории СМИ на основе демографических, социально-экономических, географических и поведенческих критериев (ПКС-3.2.). - выделить основные экономические характеристики целевой аудитории потребителей продукции СМИ с учетом внешних факторов (ИПКС-3.3.). Владеть: -техникой и технологиями определения факторы, влияющие на потребительский спрос СМИ в условиях ограниченных ресурсов (ИПКС-3.1.).	06.009 В/01.6	Трудовые действия: - поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3). Трудовые умения: - находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования (ИПКС-3.1,
	ПКС-3.2. Проводит сегментацию целевой аудитории СМИ на основе демографических, социально-экономических, географических и поведенческих критериев			
	ИПКС-3.3. Определяет существенные характеристики целевой аудитории потребителей продукции СМИ			

		<p>-техникой и технологиями определения способов сегментацию целевой аудитории СМИ на основе демографических, социально-экономических, географических и поведенческих критериев (ПКС-3.2.).</p> <p>- техникой и технологиями определения основных экономических характеристик целевой аудитории потребителей продукции СМИ с учетом внешних факторов (ИПКС-3.3.).</p>		<p>ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).</p> <p>Трудовые знания:</p> <p>- маркетинговые технологии (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</p> <p>- основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).</p>
РПД «Профессионально-ознакомительная практика» (Б2.У.1)				
<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяет ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи.</p>	<p>Знать:</p> <p>- методы осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, системный подход для решения поставленных задач в медиакоммуникационной деятельности (ИУК-1.1, ИУК-1.2).</p> <p>Уметь:</p> <p>- методы осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, системный подход для решения поставленных задач в медиакоммуникационной деятельности (ИУК-1.1, ИУК-1.2).</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач в медиакоммуникационной деятельности (ИУК-1.1, ИУК-1.2).</p>		
	<p>ИУК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи.</p>			
<p>ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>ИОПК-1.1. Грамотно и логически выстраивает речь на родном и иностранном языке.</p>	<p>Знать:</p> <p>- востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ИОПК-1.1, ИОПК-1.2).</p> <p>Уметь:</p> <p>- создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и(или) медиапродукты, и(или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и ино-</p>		
	<p>ИОПК-1.2. Использует современные информационно-коммуникативные технологии в работе с текстами, информацией, представленной в различных знаковых системах</p>			

		<p>странного языков, особенностями иных знаковых систем (ИОПК-1.1, ИОПК-1.2).</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - профессиональными навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродуктов, и(или) коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ИОПК-1.1, ИОПК-1.2). 		
<p>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ИОПК-2.2. Использует системный подход при анализе общественных явлений, прогнозирует перспективы развития общества в контексте развития экономики, политики, технологий и социальной сферы.</p> <p>ИОПК-2.3. Ориентируется в текущих событиях, находит темы и аспекты, достойные освещения, учитывая общественные и производственные цели определенных медиа-каналов и СМИ, способствует развитию диалога.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тенденции развития общественных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и(или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах (ИОПК-2.2); - текущие события, аспекты, достойные освещения (ИОПК-2.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать тенденции развития общественных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и(или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах (ИОПК-2.2); - ориентироваться в текущих событиях, находить темы, достойные освещения (ИОПК-2.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования в работе тенденций развития общественных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и(или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах (ИОПК-2.2); - навыками освещения текущих событий (ИОПК-2.3). 		
<p>ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе</p>	<p>ИОПК-3.1. Ориентируется в достижениях мировой и отечественной культуры, выделяет и учитывает основные этнокультурные, исторические и религиозные традиции в процессе создания</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и(или) медиапродуктов, и(или) коммуникационных продуктов (ИОПК-3.1). 		

создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	коммуникационных продуктов.	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ИОПК-3.1). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования в своей работе многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и(или) коммуникационных продуктов (ИОПК-3.1). 		
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1. Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовые запросы и потребности общества и аудитории в медиакоммуникационной деятельности (ИОПК-4.1). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в медиакоммуникационной деятельности (ИОПК-4.1). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками определения запросов и потребностей общества и аудитории в медиакоммуникационной деятельности (ИОПК-4.1). 		
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<p>ИОПК-5.1. Анализирует основные тенденции развития современных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОИПК-5.1, ИОПК-5.2). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОИПК-5.1, ИОПК-5.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками учета в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, 		

		исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОИПК-5.1, ИОПК-5.2).		
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИОПК-6.1. Понимает принципы работы современных информационных технологий и использует современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, в том числе в работе с текстами и информацией для реализации профессиональной деятельности	Знать: - современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ИОПК-6.1). Уметь: - использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ИОПК-6.1). Владеть: - навыками использования в медиакоммуникационной деятельности современных технических средств и информационно-коммуникационные технологии (ИОПК-6.1).		
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1. Оценивает эффективность проектов и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	Знать: - эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ИОПК-7.1). Уметь: - учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ИОПК-7.1). Владеть: - учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ИОПК-7.1).		
РПД «Профессионально-творческая практика» (Б2.П.1)				
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов.	Знать: - методы поиска, критического анализа и синтеза информации, системный подход для решения поставленных задач в медиакоммуникационной сфере (ИУК-1.3). Уметь: - проводить поиск, критический анализ и синтез информации, системный подход для решения поставленных задач медиакомму-		

		<p>никационной сфере (ИУК-1.3).</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками проведения поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач медиакommunikационной сфере (ИУК-1.3). 			
<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы социального взаимодействия (ИУК-3.1); - роли работы в команде (ИУК-3.2). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать методы социального взаимодействия (ИУК-3.1); - определять свою роль работы в команде (ИУК-3.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками социального взаимодействия (ИУК-3.1); -реализовывать свою роль работы в команде (ИУК-3.2). 			
	<p>ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников.</p>				
<p>ПКС-1 Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;</p>	<p>ИПКС-1.1. Использует современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - типы и виды коммуникативных кампаний и мероприятий (ИПКС-1.1); - количественные методы анализа (ИПКС-1.2); - качественные методы анализа (ИПКС-1.3); - этапы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий (ИПКС-1.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - под контролем осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ИПКС-1.1); - применять количественные методы анализа (ИПКС-1.2); - применять качественные методы анализа (ИПКС-1.3); - составлять аналитические отчеты (ИПКС-1.4). 	<p>06.009 В/01.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.1); - поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.1); - анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.3, ИПКС-1.4); - определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ (ИПК-1.2, ИПКС-1.3). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные про- 	
	<p>ИПКС-1.2. Применяет количественные методы анализа, анализирует и интерпретирует полученные данные</p>				
	<p>ИПКС-1.3. Применяет качественные методы анализа, анализирует и интерпретирует полученные данные</p>				

<p>составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового / социологического исследования</p>		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - под контролем осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ИПКС-1.1); - количественными методами анализа (ИПКС-1.2.); - качественными методами анализа (ИПКС-1.3); - методами составления аналитических отчетов (ИПКС-1.4). 		<p>дукты (ИПКС-1.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> - находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные методы анализа (ИПКС-1.2); - выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей (ИПКС-1.3); - составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования (ИПКС-1.4). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - маркетинговые технологии (ИПКС-1.1); - основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации (ИПК-1.2, ИПК-1.3, ИПКС-1.4).
<p>ПКС-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>ИПКС-2.1. Определяет морально-этические принципы профессиональной деятельности</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы построения профессиональной деятельности на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.1). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать работу на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.1). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.1). 	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-2.1); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-2.1); - организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-2.1). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-2.1); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-2.1). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-2.1); - основы проектной деятельности (ИПКС-2.1); - корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регу-

<p>ПКС-3 Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей на рынке продукции СМИ</p>	<p>ИПКС-3.1. Определяет факторы, влияющие на потребительский спрос СМИ.</p> <p>ПКС-3.2. Проводит сегментацию целевой аудитории СМИ на основе демографических, социально-экономических, географических и поведенческих критериев</p> <p>ИПКС-3.3. Определяет существенные характеристики целевой аудитории потребителей продукции СМИ</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - типы потребительского спроса СМИ (ИПКС-3.1); - критерии сегментации целевой аудитории СМИ (ИПКС-3.2); - характеристики целевой аудитории СМИ (ИПКС-3.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять факторы, влияющие на потребительский спрос СМИ (ИПКС-3.1); - определять принципы сегментации потребителей по типу спроса СМИ (ИПКС-3.2); - определять характеристики целевой аудитории СМИ (ИПКС-3.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами определения потребительского спроса СМИ (ИПКС-3.1); - определять принципы сегментации потребителей по типу спроса СМИ (ИПКС-3.2); - методами определения характеристиками целевой аудитории СМИ (ИПКС-3.3). 	<p>06.009 В/01.6</p>	<p>лирующие профессиональную деятельность (ИПКС-2.1)</p> <p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - маркетинговые технологии (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).
---	---	--	--------------------------	---

<p>ПКС-6 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>ИПКС-6.1. Определяет специфику планирования, осуществления и оценки проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ</p> <p>ИПКС-6.2. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности организации и обеспечения внешней и внутренней коммуникации СМИ (ИПКС-6.1); - особенности формирования и функционирования коммуникационного взаимодействия с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций коммуникантов (ИПКС-6.2); - теорию и практику коммуникации (ИПКС-6.3.) <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в профессиональной деятельности выявлять основные особенности внутренней и внешней коммуникации предприятия СМИ (ИПКС-6.1); - осуществлять коммуникационное взаимодействие с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций коммуникантов (ИПКС-6.2); - создавать эффективную коммуникацию внутри организации, а также во внешней среде, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации (ИПКС-6.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в профессиональной деятельности выявлять основные особенности внутренней и внешней коммуникации СМИ (ИПКС-6.1); - осуществлять коммуникационное взаимодействие с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций коммуникантов (ИПКС-6.2); - создавать эффективную коммуникацию внутри организации, а также во внешней среде, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации (ИПКС-6.3). 	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2); - организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2); - основы проектной деятельности (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2); - корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2).
--	--	---	--------------------------	---

РПД «Преддипломная практика» (Б2.П.2)				
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.	Знать: - методы поиска, критического анализа и синтеза информации, системный подход для решения поставленных задач в сфере медиакоммуникаций (ИУК-1.5). Уметь: - проводить поиск, критический анализ и синтез информации, системный подход для решения поставленных задач в сфере медиакоммуникаций (ИУК-1.5). Владеть: - проводить поиск, критический анализ и синтез информации, системный подход для решения поставленных задач в сфере медиакоммуникаций (ИУК-1.5).		
ПКС-1 Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового / социологического исследования	ИПКС-1.1. Использует современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	Знать: - типы и виды современных информационно-коммуникативных технологий (ИПКС-1.1); - количественные и качественные методы анализа данных (ИПКС-1.2, ИПКС-1.3); - методы составления аналитических отчетов (ИПКС-1.4). Уметь: - под контролем осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ИПКС-1.1); - применять количественные и качественные методы анализа данных (ИПКС-1.2, ИПКС-1.3); - составлять аналитические отчеты (ИПКС-1.4). Владеть: - техниками и технологиями осуществления поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.1); - количественными и качественными методами анализа данных (ИПКС-1.2, ИПКС-1.3); - навыками составления аналитических отчетов	06.009 В/01.6	Трудовые действия: - поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3). Трудовые умения: - находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ,
ИПКС-1.2. Применяет количественные методы анализа, анализирует и интерпретирует полученные данные	ИПКС-1.3. Применяет качественные методы анализа, анализирует и интерпретирует полученные данные	ИПКС-1.4. Составляет аналитические отчеты, проводит презентацию результатов маркетингового / социологического исследования	ИПКС-2.2. Использует социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации	

го исследования		тов (ИПКС-1.4).		<p>существенные характеристики целевой аудитории потребителей (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</p> <p>- составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).</p> <p>Трудовые знания:</p> <p>- маркетинговые технологии (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</p> <p>- основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).</p>
<p>ПКС-3 Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей на рынке продукции СМИ</p>	<p>ИПКС-3.1. Определяет факторы, влияющие на потребительский спрос СМИ.</p> <p>ПКС-3.2. Проводит сегментацию целевой аудитории СМИ на основе демографических, социально-экономических, географических и поведенческих критериев</p> <p>ИПКС-3.3. Определяет существенные характеристики целевой аудитории потребителей продукции СМИ</p>	<p>Знать:</p> <p>- типы потребительского спроса (ИПКС-3.1);</p> <p>- критерии сегментации целевой аудитории (ИПКС-3.2);</p> <p>- характеристики целевой аудитории (ИПКС-3.3).</p> <p>Уметь:</p> <p>- определять факторы, влияющие на потребительский спрос (ИПКС-3.1);</p> <p>- определять принципы сегментации потребителей по типу спроса (ИПКС-3.2);</p> <p>- определять характеристики целевой аудитории (ИПКС-3.3).</p> <p>Владеть:</p> <p>- методами определения потребительского спроса (ИПКС-3.1);</p> <p>- определять принципы сегментации потребителей по типу спроса (ИПКС-3.2);</p> <p>- методами определения характеристиками целевой аудитории (ИПКС-3.3).</p>	06.009 В/01.6	<p>Трудовые действия:</p> <p>- поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</p> <p>- поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</p> <p>- анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</p> <p>- определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).</p> <p>Трудовые умения:</p> <p>- находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</p> <p>- выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей (ИПКС-3.1,</p>

				<p>ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - маркетинговые технологии (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3); - основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).
<p>ПКС-4 Способен вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами), выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями</p>	<p>ИПКС-4.1. Определяет принципы построения деловой коммуникации</p> <p>ИПКС-4.2. Ведет деловые переговоры, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами)</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы построения деловой коммуникации (ИПКС-4.1); - методы ведения деловых переговоров (ИПКС-4.2). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - строить деловые коммуникации (ИПКС-4.1); - вести деловые переговоры (ИПКС-4.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками построения деловой коммуникации (ИПКС-4.1); - навыками ведения деловых переговоров (ИПКС-4.2). 	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-4.1, ИПКС-4.2); - составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-4.1, ИПКС-4.2); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-4.1, ИПКС-4.2). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-4.1, ИПКС-4.2); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-4.1, ИПКС-4.2). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-4.1, ИПКС-4.2).

<p>ПКС-5 Способен составлять договоры гражданско-правового характера на проведение маркетингового / социологического исследования, на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах;</p>	<p>ИПКС-5.3. Составляет договоры гражданско-правового характера на проведение маркетингового / социологического исследования, на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах</p>	<p>Знать: - типы договоров гражданско-правового характера на проведение маркетингового/социологического исследования (ИПКС-5.3). Уметь: - составлять договоры гражданско-правового характера на проведение маркетингового/социологического исследования (ИПКС-5.3). Владеть: - навыками составления договоров на проведение маркетингового/социологического исследования (ИПКС-5.3).</p>	06.009 В/01.6	<p>Трудовые действия: - составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-5.3); - контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-5.3). Трудовые умения: - составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров (ИПКС-5.3). Трудовые знания: - гражданское законодательство Российской Федерации (ИПКС-5.3). - корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-5.3); - правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности (ИПКС-5.3).</p>
			06.009 В/03.6	<p>Трудовые действия: - составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-5.3); - контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-5.3).</p>

				<p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров (ИПКС-5.3). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - гражданское законодательство Российской Федерации (ИПКС-5.3). - корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-5.3); - правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности (ИПКС-5.3).
<p>ИПКС-6 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>ИПКС-6.1. Определяет специфику планирования, осуществления и оценки проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности организации и обеспечения внешней и внутренней коммуникации (ИПКС-6.1); 	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2, ИПКС-6.3); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2, ИПКС-6.3); - организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2, ИПКС-6.3). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2, ИПКС-6.3); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2, ИПКС-6.3). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2,
	<p>ИПКС-6.2. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности формирования и функционирования коммуникационного взаимодействия с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций коммуникантов (ИПКС-6.2); - теорию и практику коммуникации (ИПКС-6.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в профессиональной деятельности выявлять основные особенности внутренней и внешней коммуникации предприятия (ИПКС-6.1); - осуществлять коммуникационное взаимодействие с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций коммуникантов (ИПКС-6.2); - создавать эффективную коммуникацию внутри организации, а также во внешней среде, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации (ИПКС-6.3). 		
	<p>ИПКС-6.3. Анализирует коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий</p>			

		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в профессиональной деятельности выявлять основные особенности внутренней и внешней коммуникации предприятия (ИПКС-6.1); - осуществлять коммуникационное взаимодействие с учетом этнокультурных, исторических и религиозных традиций коммуникантов (ИПКС-6.2); - создавать эффективную коммуникацию внутри организации, а также во внешней среде, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации (ИПКС-6.3). 		<p>ИПКС-6.3);</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы проектной деятельности (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2, ИПКС-6.3); - корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2, ИПКС-6.3).
<p>ПКС-7 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ИПКС-7.1. Определяет алгоритм проведения коммуникационных кампаний</p> <p>ИПКС-7.2. Составляет PR-бриф как организационный документ коммуникационной кампании</p> <p>ИПКС-7.3. Принимает участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации, на основе результатов исследований</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - алгоритм проведения коммуникационных кампаний (ИПКС-7.1) - структуру PR-брифа как организационный документ коммуникационной кампании (ИПКС-7.2) - систему планирования, подготовке и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации, на основе результатов исследований (ИПКС-7.3) <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать алгоритм проведения коммуникационных кампаний (ИПКС-7.1) - писать PR-бриф как организационный документ коммуникационной кампании (ИПКС-7.2) - планировать, принимать участие в проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации, на основе результатов исследований (ИПКС-7.3) <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки алгоритма проведения коммуникационных кампаний (ИПКС-7.1) - навыками написания PR-брифа как органи- 	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2, ИПКС-7.3); - поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2, ИПКС-7.3); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2, ИПКС-7.3); - организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2, ИПКС-7.3). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2, ИПКС-7.3).

		<p>зационный документ коммуникационной кампании (ИПКС-7.2)</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками планирования, участия в проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации, на основе результатов исследований (ИПКС-7.3) 		<p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2, ИПКС-7.3); - методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2, ИПКС-7.3); - основы проектной деятельности (ИПКС-7.1, ИПКС-7.2, ИПКС-7.3).
<p>ИПКС-8 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ИПКС-8.1. Создает актуальные информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - типы актуальные информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.1); - методику создания первичных текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.2); - инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде (ИПКС-8.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять актуальные информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.1); - создавать первичные тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.2); - разрабатывать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде (ИПКС-8.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками определения актуальных информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с обществен- 	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2, ИПКС-8.3); - составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2, ИПКС-8.3); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2, ИПКС-8.3). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2, ИПКС-8.3); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2, ИПКС-8.3). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2, ИПКС-8.3).
	<p>ИПКС-8.2. Создает первичные тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>			
	<p>ИПКС-8.3. Разрабатывает инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>			

		<p>ностью с учетом мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания первичных текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.2); - навыками разработки инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности. 		
<p>ПКС-9 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ИПКС-9.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта (ИПКС-9.1); - систему организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта (ИПКС-9.2); - методы осуществления мониторинга обратной связи с разными группами целевых аудиторий (ИПКС-9.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта (ИПКС-9.1); - организовывать и проводить маркетинговые исследования, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта (ИПКС-9.2); - проводить мониторинг обратной связи с разными группами целевых аудиторий (ИПКС-9.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта (ИПКС-9.1); - навыками участия в организации и проведения маркетинговых исследований, направ- 	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2, ИПКС-9.3); - поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2, ИПКС-9.3); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2, ИПКС-9.3). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2, ИПКС-9.3); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2, ИПКС-9.3). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2, ИПКС-9.3); - основы проектной деятельности (ИПКС-
	<p>ИПКС-9.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p>			
	<p>ИПКС-9.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными группами целевых аудиторий</p>			

		<p>ленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта (ИПКС-9.2);</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными группами целевых аудиторий (ИПКС-9.3). 		9.1, ИПКС-9.2, ИПКС-9.3).
РПД «Семиотика рекламного текста» (ФТД.1)				
<p>ПКС-6 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>ИПКС-6.1. Определяет специфику планирования, осуществления и оценки проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - семиотику создания рекламного текста в проектах (ИПКС-6.1); - правила создания знаковой системы рекламного текста при организации проектов для повышения узнаваемости продукции СМИ (ИПКС-6.2); - особенности построения семиотики рекламного текста благотворительных мероприятий (ИПКС-6.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать семиотику рекламного текста в проектах и повышать узнаваемость продукции СМИ (ИПКС-6.1); - применять правила создания знаковой системы рекламного текста при организации проектов для повышения узнаваемости продукции СМИ (ИПКС-6.2); - анализировать особенности построения семиотики рекламного текста благотворительных мероприятий (ИПКС-6.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа семиотики рекламного текста в проектах и повышения узнаваемости продукции СМИ (ИПКС-6.1); - навыками создания знаковой системы рекламного текста при организации проектов для повышения узнаваемости продукции СМИ (ИПКС-6.2); - навыками анализа особенностей построения семиотики рекламного текста благотворительных мероприятий (ИПКС-6.3). 	06.009 В/03.6	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2, ИПКС-6.3). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2, ИПКС-6.3). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2, ИПКС-6.3).
	<p>ИПКС-6.2. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>			
	<p>ИПКС-6.3. Анализирует коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий</p>			

<p>ПКС-8 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ИПКС-8.1. Создает актуальные информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>ИПКС-8.2. Создает первичные тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности реализации семиотики рекламного текста для реализации рекламных кампаний (ИПКС-8.1); - способы создания знаковой системы рекламного текста с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.2). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать семиотику рекламного текста для реализации рекламных кампаний (ИПКС-8.1); - создавать знаковую систему рекламного текста с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.2); <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа семиотики рекламного текста для реализации рекламных кампаний (ИПКС-8.1); - навыками создания знаковой системы рекламного текста с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.2). 	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2). <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2); - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-7.2). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2).
--	---	--	--------------------------	---

Данные по профессиональным стандартам ОП ВО:

1. Шифр и наименование профессионального стандарта (ПС) – 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»
2. Код и наименование обобщенной трудовой функции (ОТФ) – В/ Организация продвижения продукции СМИ
Код и наименование трудовой функции (ТФ) - В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ
Код и наименование трудовой функции (ТФ) - В/03.6 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ