

**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>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>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы теории социального взаимодействия, статусно-ролевой системы общества, типологии социального поведения личности (ИУК-3.1); - теорию малых групп, принципы и нормы, определяющие социальное поведение в малой группе (ИУК-3.2); - основы командной работы и принципы социальной ответственности при работе в малой группе (ИУК-3.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 работе в малой группе (ИУК-3.3). 		
<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"> - принципы антикоррупционной политики, реализуемые в современном обществе (ИУК-10.2); - способы формирования нетерпимого отношения к коррупции (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"> - 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 двустороннего освещения в создаваемых медиатекстах (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>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.); - использовать основные принципы анализа состояния социальных процессов на основе проведенных социологических исследований (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 (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>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>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>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). 		
<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"> - содержание комплекса маркетинга; основные методы исследования рынка (ИОПК-4.1); - основные принципы и функции маркетинга (ИОПК-4.2); - способы реализации маркетинговых стратегий (ИОПК-4.3). 		
	<p>ИОПК-4.2. Проводит количественные и качественные исследования аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности.</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать товарную, ценовую политики 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). 		
	<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>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками формирования товарную, ценовую политики 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). 		

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.

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.

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, позволяющего формировать собственное мнение, суждение о политических процессах (ИУК-1.4);

- принципы аналитического подхода к решению задач (ИУК-1.5)

Уметь:

- 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)

Владеть:

- 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);

		<ul style="list-style-type: none"> - 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). 		
<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>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 развития (ИОПК-2.2.); - технологией определения значимого контента и формирования коммуникаций со СМИ (ИОПК-2.3); 		
	<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>			

		- навыками применения основных принципов анализа для оценки состояния социально- политической среды (ИОПК 2.4).		
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: - основные технологии анализа процессов развития медиакоммуникационных систем на различных уровнях их функционирования (ИОПК-5.1.); - 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) Уметь: - 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). Владеть: - 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).		
	ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.			
	ИОПК-5.3. Определяет комплекс правовых и этических норм регулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира			
	ИОПК-5.4. Учитывает особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке коммуникационного продукта			
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);		
	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			

	<p>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>ИУК-2.5. Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования.</p>	<p>- основные зоны ответственности, точки контроля и корректировки поставленных задач на основе эконометрических методов (ИУК-2.4);</p> <p>- способы представления результатов проекта, интерпретации их использования и/или совершенствования на основе эконометрических методов (ИУК-2.5).</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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). <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</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); 		

<p>различных областях жизнедеятельности</p>		<ul style="list-style-type: none"> - 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 этических 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)				
<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>ИУК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи.</p> <p>ИУК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов.</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>ИУК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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); - использовать методологию работы с научными текстами, образовательные и информационные технологии для выработки самостоятельного, критического мышления, позволяющего формировать научное мировоззрение (ИУК-1.4); 		

		<p>- применять принципы аналитического подхода к решению задач (ИУК-1.5).</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками практической реализации методов анализа и решения задач в личностной и профессиональной сферах (ИУК-1.1); - навыками определения методологической базы, необходимой для интерпретации и ранжирования информации, необходимой для решения задач в личностной 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 фило-софском 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 недискриминационного взаимодействия, толерантно воспринимает культурные особенности представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной цели.</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>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 оценивания своего времени и своих ресурсов и их пределов (ИУК-6.1); - принимать решения в плане определения приоритетов личностного 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 «Социальная философия конфликта» (Б1.Б.1.7)

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

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-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.

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 поставленной задачи по анализу и управлению конфликтами, оценивать их достоинства и недостатки (по процессу и результату управления) (ИУК-1.5).

Владеть:

- 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 фактов) оценивания идеи других членов команды для достижения поставленной цели (в том числе в условиях конфликта) (ИУК-3.4). <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); 		
--	--	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - 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 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). 		
РПД «Международные отношения» (Б1.Б.1.7)				
<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 недискриминационного взаимодействия, толерантно воспринимает культурные особенности представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной цели.</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.); 		

		<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>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>ИУК-10.3 Осуществляет взаимодействие в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности в зарубежных странах; способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней (ИУК-10.1); - разновидности мероприятий, обеспечивающих формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в зарубежном обществе ИУК-10.2); - принципы взаимодействия в зарубежном обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции (ИУК-10.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности на основе практики антикоррупционного поведения зарубежных стран; использовать методы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней (ИУК-10.1); - планировать, организывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции на основе практики антикоррупционного поведения зарубежных стран (ИУК-10.2); - осуществлять взаимодействие в обществе на основе практики антикоррупционного поведения зарубежных стран (ИУК-10.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения действующих правовых норм, обеспечивающих борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности на основе практики антикоррупционного поведения зарубежных стран; навыками использования профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней (ИУК-10.1); - навыками планирования, организации и проведения мероприятий, обеспечивающих формирование гражданской позиции и предотвращения коррупции 		

		на основе практики антикоррупционного поведения зарубежных стран (ИУК-10.2); - навыками осуществления взаимодействия в обществе на основе практики антикоррупционного поведения зарубежных стран (ИУК-10.3).		
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: - проблемы, тенденции, особенности национального и регионального развития стран (ИОПК-5.1); - комплекс политических механизмов функционирования стран и регионов мира (ИОПК-5.3).		
	ИОПК-5.3. Определяет комплекс правовых и этических норм регулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	Уметь: - 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). Владеть: -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).		
РПД «Социология религии» (Б1.Б.1.8)				
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	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.	Знать: - 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).		
	ИУК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели.	Уметь: - анализировать последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе с представителями различных религиозных общностей (ИУК-3.3); - использовать социально-релевантную информацию в области конфессиональной политики государств для построения продуктивного взаимодействия и коммуникации с членами команды (ИУК-3.3, ИУК-3.4). Владеть:		

		- навыками оценки возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе с представителями различных религиозных общностей (ИУК-3.3)		
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.1. Использует базовые положения и законы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач.	Знать: - 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). Уметь: - 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). Владеть: - навыками анализа современной конфессиональной политики и социально-религиозных отношений (ИОПК-2.1, ИОПК-2.2).		
	ИОПК-2.2. Использует системный подход при анализе общественных явлений, прогнозирует перспективы развития общества в контексте развития экономики, политики, технологий и социальной сферы.			
РЦД «Культурология» (Б1.Б.1.9)				
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и фило-софском контекстах	ИУК-5.1. Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем.	Знать: - понятийно-категориальный аппарат культурологии и особенности межкультурного взаимодействия (ИУК-5.1); - 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). Уметь: - 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).		
	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>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). 		
РПД «Психология» (Б1.Б.1.10)				
<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>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>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели (ИУК-3.1); - 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); 		

		<ul style="list-style-type: none"> - 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); - навыками командной работы (ИУК-3.5). 		
<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"> - 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). 		
<p>РПД «Правоведение» (Б1.Б.1.11)</p>				

<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>ИУК-2.5. Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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). 		
<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, организовывает 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>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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). <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.1.12)				
<p>УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся</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>ИУК-2.5. Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования.</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); - 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).		
УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	<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>ИУК-10.3. Осуществляет взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.</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>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). 		
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиа-	<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,</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы и методы решения и анализа задачи (ИОПК-2.1.); - методологическую базу, необходимую для интерпретации и ранжирования необходимой информации (ИОПК-2.2); 		

<p>продуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>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>- технологию поиска информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов (ИОПК-2.3.);</p> <p>- методологию работы с научными текстами, образовательные и информационные технологии, способствующие выработке самостоятельного, критического мышления, позволяющего формировать собственное мнение, суждение о политических процессах (ИОПК-2.4).</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать методы аналитического мышления при решении задач (ИОПК-2.1); - применять теоретические знания для осуществления ранжирования и интерпретации информации (ИОПК-2.2); - использовать технологию поиска информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов (ИОПК-2.3); - использовать методологию работы с научными текстами, образовательные и информационные технологии для выработки самостоятельного, критического мышления, позволяющего формировать собственное мнение, суждение о политических процессах (ИОПК-2.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками практической реализации методов решения и анализа задач (ИОПК-2.1); - навыками определения методологической базы, необходимой для интерпретации и ранжирования необходимой информации (ИОПК-2.2); - навыками поиска информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов (ИОПК-2.3); - технологией работы с научными текстами, образовательными и информационными контентом, способствующими выработке самостоятельного, критического мышления, позволяющего формировать собственное мнение, суждение о политических процессах (ИОПК-2.4). 		
<p>РПД «История» (Б1.Б.2.1)</p>				
<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез</p>	<p>ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяет ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - фактическую сторону исторического процесса, содержание каждого этапа истории в совокупности 		

<p>информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>ИУК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов.</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>разных его составляющих (политической, социальной, экономической, культурной), их специфику, наиболее значимые события (ИУК-1.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> - этапы осуществления поиска исторической информации (ИУК-1.3); - основы работы с историческими научными текстами (ИУК-1.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать фактическую сторону исторического процесса, содержание каждого этапа истории в совокупности разных его составляющих (политической, социальной, экономической, культурной), их специфику, наиболее значимые события (ИУК-1.1); - осуществлять поиск исторической информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов. (ИУК-1.3); - работать с историческими научными текстами, отличать исторические факты, аргументировать свои выводы и точку зрения (ИУК-1.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа исторического процесса, содержания каждого этапа истории в совокупности разных его составляющих (политической, социальной, экономической, культурной), их специфику, наиболее значимые события (ИУК-1.1); - навыками поиска исторической информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов (ИУК-1.3); - навыками работы с историческими научными текстами, навыками аргументации своих выводов и точки зрения (ИУК-1.4). 		
<p>РПД «Иностранный язык» (Б1.Б.2.2)</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-4.2. Ведет деловую переписку на государственном языке РФ и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий.</p> <p>ИУК-4.3. Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный.</p>	<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>ИУК-4.5. Устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может поддержать разговор в ходе их обсуждения.</p>	<p>Уметь: 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). Владеть: навыками ведения деловой переписки на иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий (ИУК-4.2); - навыками работы с оригинальными текстами научно-технического и официально-делового стиля (ИУК-4.3); - различными коммуникативными стратегиями (ИУК-4.5).</p>		
<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. ИОПК-1.4. Обладает навыками создания и редактирования коммуникационного продукта в соответствии с нормами русского и иностранного языков.</p>	<p>Знать: - нормы устной и письменной речи; способы логического построения и развертывания текста на иностранном языке (ИОПК-1.1); - основные технологии в работе с текстами на иностранном языке (ИОПК-1.4). Уметь: - 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). Владеть: - 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>		
<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</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>Знать: - структуру коммуникативной ситуации; речевые средства достижения цели в конкретной ситуации общения (ИУК-4.1);</p>		

<p>Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</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>	<ul style="list-style-type: none"> - 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 стилеобразования 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). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.	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).		
	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.			
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиа-	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: - 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		

<p>продуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>		<p>этнокультурных, исторических и религиозных традиций (ИОПК-3.1).</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и значение информации при построении стратегии профессионального развития (ИУК-6.4). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - соблюдать основные требования информационной безопасности при решении профессиональных задач и построении профессиональной карьеры (ИУК-6.4). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования компьютера как средства управления стратегией профессионального развития (ИУК-6.4). 		
<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>ИОПК-6.2. Использует современные программные продукты при подготовке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ИОПК-6.1); - современные программные продукты при подготовке и реализации коммуникационного продукта (ИОПК-6.2). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ИОПК-6.1); - 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). 		
<p>РПД «Информационные технологии и базы данных в цифровых коммуникациях» (Б1.Б.3.2)</p>				

<p>УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>ИУК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей.</p>	<p>Знать: - разновидности инструментов и методов управления временем при выполнении информационно-коммуникационными проектами (ИУК-6.1). Уметь: - использовать инструменты и методы управления временем при выполнении информационно-коммуникационных проектов (ИУК-6.1). Владеть: - навыками использования управления временем при выполнении информационно-коммуникационных проектов (ИУК-6.1).</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</p> <p>ИОПК-6.2. Использует современные программные продукты при подготовке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Знать: - основные понятия сферы применения современных информационных технологий в профессии (ИОПК-6.1); - классификацию и основные характеристики программных средств реализации информационных технологий (ИОПК-6.2). Уметь: оперировать основными понятиями сферы современных информационных технологий (ИОПК-6.1); - применять техническое обеспечение информационных технологий в профессиональной деятельности (ИОПК-6.2). Владеть: - 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).</p>		
<p>РПД «Физическая культура и спорт» (Б1.Б.4)</p>				
<p>УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>ИУК-7.1. Выбирает здоровье сберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности.</p> <p>ИУК-7.2. Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.</p>	<p>Знать: принципы, приёмы и методы, содействующие формированию осмысленного отношения к своему здоровью (ИУК-7.1); - методики и технологии по организации здорового образа жизни (ИУК-7.3). Уметь: - применять здоровье сберегающие технологии с учетом физиологических способностей организма и</p>		

	<p>ИУК-7.3. Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.</p>	<p>реализовать их в профессиональной деятельности (ИУК-7.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методы и средства оздоровления в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности (ИУК-7.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - информацией по организации оптимальной двигательной активности (ИУК-7.1); - здоровье берегающими компетенциями, позволяющими самостоятельно и эффективно решать задачи здорового образа жизни (ИУК-7.3). 		
<p>РПД «Безопасность жизнедеятельности» (Б1.Б.5)</p>				
<p>УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</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>ИУК-8.2. Идентифицирует опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой деятельности.</p> <p>ИУК-8.3. Выявляет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.</p> <p>ИУК-8.4. Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, а также военных конфликтах; оказывает первую помощь, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях</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-8.2); - 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, а также военных конфликтах, и способы защиты от поражения электрическим током (ИУК-8.4). <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-8.3); - выбирать и рассчитывать эффективные средства коллективной защиты от вредных и опасных производственных факторов, а также военных конфликтов (ИУК-8.4). <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 военных конфликтах, приемами оказания первой помощи пострадавшим (ИУК-8.4). 		
РПД «Введение в коммуникационные специальности» (Б1.Б.6.1)				
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 профессиональной деятельности в системе коммуникаций (ИОПК-4.1). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в системе коммуникаций (ИОПК-4.1). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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	<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 (ИОПК-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 (ИОПК-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 (ИОПК-5.1, ИОПК-5.2). 		
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)	<p>ИОПК-1.1. Грамотно и логически выстраивает речь на родном и иностранном языке.</p> <p>ИОПК-1.2. Использует современные информационно-коммуникативные тех-</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные формы устной и письменной коммуникации (ИОПК-1.1); - особенности построения коммуникационных моделей и знаковых систем (ИОПК-1.2); 		

<p>коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>нологии 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>- основные типы знаковых систем (ИОПК-1.3);</p> <p>- основные способы редактирования коммуникационного продукта в соответствии с нормами русского языка (ИОПК-1.4).</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выстраивать речь на родном языке, используя основные формы устной и письменной коммуникации (ИОПК-1.1); - 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)				
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-1.2. Использует современные информационно-коммуникативные технологии в работе с текстами, информацией, представленной в различных знаковых системах	Знать: - основные тенденции в развитии интернет-технологий для проектирования эффективных PR-кампаний (ИОПК-1.2); - структуру и этапы проектирования коммуникационного продукта (ИОПК-1.4). Уметь: - выявлять и применять основные технологии интернет-продвижения для проектирования и внедрения PR-кампаний (ИОПК-1.2); - выстраивать и корректировать структуру коммуникационного продукта (ИОПК-1.4). Владеть: - навыками выявления и применения интернет-технологий для проектирования, внедрения и анализа PR-кампаний (ИОПК-1.2); - навыками внедрения и последующего анализа коммуникационного продукта (ИОПК-1.4).		
	ИОПК-1.4. Обладает навыками создания и редактирования коммуникационного продукта в соответствии с нормами русского и иностранного языков.			
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в 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.	Знать: - 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); - особенности, виды и структуру специальных мероприятий (ИОПК-4.4). Уметь: - сегментирование для организации коммуникации с целевой аудиторией с учетом ее болей и потребностей для формирования УТП и корректировки системы продвижения (ИОПК-4.3); - проектировать, организовывать и анализировать специальные мероприятия (ИОПК-4.4). Владеть: - 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).		
	ИОПК-4.4. Осуществляет коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организует специальные мероприятия для целевых аудиторий и широкой общественности.			
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</p>	<p>ИОПК-6.1. Понимает принципы работы современных информационных технологий и использует современные техни-</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основные современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, в 		

использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ческие средства и информационно-коммуникационные технологии, в том числе в работе с текстами и информацией для реализации профессиональной деятельности	том числе в работе с текстами и информацией для создания рекламных сообщений (ИОПК-6.1.) Уметь: -использовать современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии для создания рекламных сообщений (ИОПК-6.1.) Владеть: - навыками работы с текстами и информацией для создания рекламных сообщений (ИОПК-6.1.)		
РПД «Теория и практика массовой информации» (Б1.Б.6.5)				
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-1.2. 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.	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). 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). 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).		
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механиз-	ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира. ИОПК-5.4. Учитывает особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке коммуникационного продукта	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>мов их функционирования, правовых и 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 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 норм развития медиасистем региона, страны и мира в объеме, необходимом для профессиональной деятельности (ИОПК-5.2); - навыками разработки коммуникационного продукта с учетом особенностей медиакоммуникационных 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 эффектов от разрабатываемых медиа и коммуникационных продуктов, опираясь на принципы социальной ответственности (ИОПК-7.1); - 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>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных 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: - инструменты мониторинга ключевых событий в рекламной сфере и той области, которую продвигает специалист (ИОПК-2.3). Уметь: - выявлять актуальные тенденции, технологии и приемы в сфере рекламы и продвижения, использовать тренды, важные общественные новости и события (ИОПК-2.3). Владеть: - 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 общественности.</p>	<p>Знать: - 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); - особенности, виды и структуру специальных мероприятий (ИОПК-4.4). Уметь: - сегментирование для организации коммуникации с целевой аудиторией с учетом ее болей и потребностей для формирования УТП и корректировки системы продвижения (ИОПК-4.3); - проектировать, организовывать и анализировать специальные мероприятия (ИОПК-4.4). Владеть: - 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>		
<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: - основные критерии оценки эффективности коммуникационных продуктов (ИОПК-7.1); - особенности построения коммуникационного процесса с использованием этических и социокультурных норм (ИОПК-7.2). Уметь: - выявлять и оценивать успешность проекта, анализировать вклад команды в его развитие (ИОПК-7.1);</p>		

		<p>- определять и анализировать специфику и структуру коммуникационного продукта и процесса (ИОПК-7.2).</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками оценки и анализа коммуникационных продуктов (ИОПК-7.1);</p> <p>- навыками анализа и развития коммуникационного процесса с учетом этических и социокультурных норм (ИОПК-7.2)</p>		
РПД «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» (Б1.Б.6.7)				
<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-5.3. Определяет комплекс правовых и этических норм регулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира</p>	<p>Знать:</p> <p>- политические, правовые, этические основы функционирования медиасистем региона, страны, мира (ИОПК-5.2);</p> <p>- совокупность нормативно-правовых актов, политических и этических факторов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях (ИОПК-5.3).</p> <p>Уметь:</p> <p>- выявлять политические, экономические, правовые и этические факторы развития медиасистем регионов, страны, мира (ИОПК-5.2);</p> <p>- формировать свою профессиональную идентичность, политическую непредвзятость, правовую грамотность, профессионально-этическое сознание, корпоративную солидарность (ИОПК-5.3).</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками и инструментами поиска информации о политических, правовых и этических факторах развития медиасистем региона, страны, мира (ИОПК-5.2);</p> <p>- навыками применения основ информационной и правовой культуры при решении поставленных задач профессиональной деятельности (ИОПК-5.3).</p>		
<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> <p>- корпоративные принципы социальной ответственности, стандартные эффекты и последствия осуществляемых проектов и профессиональной деятельности (ИОПК-7.1);</p> <p>- 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>		

		<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)				
<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>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - этические основы реализации передачи информации с помощью современных коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях (ИОПК-5.1); - этику и основы этических правил развития медиасистем региона, страны и мира (ИОПК-5.2); - этические нормы регулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира (ИОПК-5.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 медиакоммуникационных систем региона, страны и мира в профессиональной деятельности (ИОПК-5.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 регулирования 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	ИОПК-7.1. Оценивает эффективность проектов и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	Знать: - этические нормы реализации профессиональной деятельности (ИОПК-7.1); - этические нормы построения коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом (ИОПК-7.2). Уметь: - 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). Владеть: - 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).		
	ИОПК-7.2. Определяет этические и социокультурные нормы и использует их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом			
РЦД «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	ИОПК-1.1. Грамотно и логически выстраивает речь на родном и иностранном языке.	Знать: - 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). Уметь: - на профессиональном уровне выстраивать эффективную речевую коммуникацию (ИОПК-1.1); - 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);		
	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 создания и редактирования коммуникационного продукта в соответствии с нормами русского и иностранного языков.			

		<p>- создавать речевой коммуникационный продукт в соответствии с нормами русского языка (ИОПК-1.4).</p> <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, разрабатывает 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 аудитории при разработке коммуникационного продукта (ИОПК-3.2); - 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)				
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.1. Использует базовые положения и законы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач.	Знать: - 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). Уметь: - применять знания теоретических основ социальных, гуманитарных и экономических наук при решении задач управления сферой рекламы и связей с общественностью (ИОПК-2.1); - 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). Владеть: - 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).		
	ИОПК-2.2. Использует системный подход при анализе общественных явлений, прогнозирует перспективы развития общества в контексте развития экономики, политики, технологий и социальной сферы.			
	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.			
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потреб-	ИОПК-4.1. Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией.	Знать: - основные характеристики «массовой аудитории» и принципы организации процесса массовой коммуникации (ИОПК-4.1.);		

ности общества и аудиторией в профессиональной деятельности	<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"> - 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 процесса массовой коммуникации (ИОПК-4.1.); - 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). 		
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>ИОПК-5.3. Определяет комплекс правовых и этических норм регулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира</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>		

	<p>ИОПК-5.4. Учитывает особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке коммуникационного продукта</p>	<ul style="list-style-type: none"> - применять принципы и методы анализа процессов развития медиакоммуникационных систем на различных уровнях их функционирования (ИОПК-5.1.); - применять нормы права и этики в сфере организации и управления медиакоммуникациями 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 медиакоммуникационных систем на различных уровнях их функционирования (ИОПК-5.1); - навыками применения норм права и этики в сфере организации и управления медиакоммуникациями 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>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 аудиториями 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 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 целевой аудитории (ИОПК-4.1); 		
---	---	---	--	--

		<p>- проводить качественные и количественные исследования в соответствии со своей профессиональной деятельностью (ИОПК-4.2).</p> <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 профессиональной деятельности (ИОПК-4.2.); - 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 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-2.3. 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 и ожиданий (ИОПК-4.3). <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>УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>ИУК-9.1. Представляет основные документы, регламентирующие экономическую деятельность; понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике</p> <p>ИУК-9.2. Обосновывает принятие экономических решений, использовать методы экономического планирования для достижения поставленных целей</p> <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 документы, регламентирующие экономическую деятельность, в том числе в области управления проектами в рекламе и связях с общественностью; базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике (ИУК-9.1); - механизмы принятия экономических решений, методы экономического планирования для достижения поставленных целей (ИУК-9.2); - 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 (ИУК-9.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять основные документы, регламентирующие экономическую деятельность, в том числе в области управления проектами в рекламе и связях с общественностью; понимать базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике (ИУК-9.1); - обосновывать принятие экономических решений, использовать методы экономического планирования для достижения поставленных целей (ИУК-9.2); - применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использовать финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролировать собственные экономические и финансовые риски (ИУК-9.3). <p>Владеть:</p>		

		<ul style="list-style-type: none"> - навыками применения основных документов, регламентирующих экономическую деятельность, в том числе в области управления проектами в рекламе и связях с общественностью; навыками применения базовых принципов функционирования экономики и экономического развития, целей и форм участия государства в экономике (ИУК-9.1); - навыками обоснования принятия экономических решений, использования методов экономического планирования для достижения поставленных целей (ИУК-9.2); - навыками применения методов личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использования финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом), контроля собственных экономических и финансовых рисков (ИУК-9.3). 		
<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-2.2. 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"> - 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); 		

		<ul style="list-style-type: none"> - навыками освещения текущих событий (ИОПК-2.3); - навыками проведения анализа состояния общественных и государственных институтов и происходящие в них процессы (ИОПК-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 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>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>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>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</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"> - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и 		

<p>кационных 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>этических норм регулирования (ИОПК-5.1, ИОПК-5.2);</p> <p>- особенности медиакоммуникационных систем региона, страны, мира (ИОПК-5.4).</p> <p>Уметь:</p> <p>- учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ИОПК-5.1, ИОПК-5.2);</p> <p>- учитывать особенности медиакоммуникационных систем региона, страны, мира (ИОПК-5.4).</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками учета в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ИОПК-5.1, ИОПК-5.2);</p> <p>- навыками учета особенностей медиакоммуникационных систем региона, страны, мира (ИОПК-5.4).</p>		
<p>РПД «Межкультурные коммуникации» (Б1.Б.6.15)</p>				
<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 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> <p>- 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);</p> <p>- особенности реализации межкультурной коммуникации с учетом социокультурных различий аудитории при разработке коммуникационного продукта (ИОПК-3.2);</p> <p>- правила построения межкультурной коммуникации, используя современные достижения мировой и отечественной практики создания коммуникационных продуктов в профессиональной деятельности (ИОПК-3.3);</p> <p>- примеры межкультурной коммуникации созданных отечественных и мировых коммуникационных продуктов (ИОПК-3.4).</p> <p>Уметь:</p> <p>- 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);</p>		

		<ul style="list-style-type: none"> - 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); - 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 фило-софском 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 недискриминационного взаимодей-</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятийно-категориальный аппарат межкультурной коммуникации, основы и принципы межкультурного взаимодействия, обусловленное 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); 		
--	--	--	--	--

	<p>ствия, толерантно воспринимает культурные особенности представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной цели.</p>	<p>- принципы межкультурного взаимодействия и традиции различных этносов для решения задач межличностного и массового взаимодействия (ИУК-5.3).</p> <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>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>ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.</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>УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению</p>	<p>ИУК-10.2. Планирует, организовывает 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>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 предотвращения коррупционного поведения отдельных сотрудников и организации как коллективной корпоративной личности (ИУК-10.2); - 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 (ИУК-10.3). 		
<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности</p>	<p>ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает</p>	<p>Знать:</p>		

<p>ности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>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>- 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);</p> <p>- 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> <p>Уметь:</p> <p>- 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);</p> <p>- осуществлять коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организовывать специальные мероприятия для целевых (корпоративных) аудиторий, широкой общественности и СМИ (ИОПК-4.4).</p> <p>Владеть:</p> <p>- 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);</p> <p>- 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>		
<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:</p> <p>- 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).</p> <p>Уметь:</p> <p>- определять этические и социокультурные нормы (в координации с нормативными корпоративными аудиториями организации) и использования их при построении коммуникационного процесса во время</p>		

		<p>работы над коммуникационным продуктом (в рамках корпоративной индивидуальности и корпоративной идентичности) (ИОПК-7.2).</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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). 		
РПД «Выставочная работа» (Б1.Б.6.18)				
<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 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). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - под контролем планировать проведение и/или участие в выставочной работе компании и проведение и/или участие в выставочных мероприятиях: под контролем планировать выставочную работу компании и /или выставочные 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 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>ИОПК-4.2. Проводит количественные и качественные исследования аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности.</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>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"> - 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>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"> - современные технические средства и информационно-коммуникационные технологий, современные программные продукты для организации выставочной работы компании (ИОПК-6.1, ИОПК-6.2). <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>ИОПК-6.2. Использует современные программные продукты при подготовке и реализации коммуникационного продукта</p>			
<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>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 		
	<p>ИОПК-4.4. Осуществляет коммуникационную деятельность в различных сферах общественной жизни, организует специальные мероприятия для целевых аудиторий и широкой общественности.</p>			

		<p>и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью при взаимодействии с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий (ИППК-4.3);</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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)

<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 практики создания коммуникационных продуктов в профессиональной деятельности.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - многообразии достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и(или) медиапродуктов, и(или) бренда как коммуникационного продукта (ИОПК-3.1); - социокультурные особенности аудитории, влияющие на разработку бренда как коммуникационного продукта (ИОПК-3.2); - современные достижения мировой и отечественной практики создания бренда (ИОПК-3.3). <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) 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). <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); - навыками анализа социокультурных особенностей аудитории, влияющие на разработку бренда как коммуникационного продукта (ИОПК-3.2); - современными достижениями мировой и отечественной практики создания бренда (ИОПК-3.3). 		
<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</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 продвижении 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>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 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 коммуникационного 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)

<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"> - 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.). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - своевременно реагировать на различные угрозы информационной безопасности при осуществлении профессиональной деятельности (ИОПК-7.1); - применять основные принципы административно-правовой защиты информации (ИОПК-7.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых	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 различных знаковых системах	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). Уметь: - 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). Владеть: - 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	Знать: - структуру и основные характеристики коммуникационных продуктов (ИОПК-5.4.). Уметь: - проектировать коммуникационные продукты (ИОПК-5.4.). Владеть: - 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	Знать: - структуру и особенности презентаций и публичных выступлений (ИПКС-4.3). Уметь: - использовать приемы и методы построения и организации выступлений на различных мероприятиях (ИПКС-4.3). Владеть: - навыками организации и последующего анализа выступления на различных мероприятиях (ИПКС-4.3).	06.009 В/03.6	Трудовые действия: - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-4.3). Трудовые умения: - использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии (ИПКС-4.3); - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-4.3). Трудовые знания:

				- корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-4.3).
РПД «Маркетинговый анализ СМИ» (Б1.В.ОД.2)				
ИПКС-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); - 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

				<p>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>
РПД «Количественные исследования СМИ» (Б1.В.ОД.3)				
<p>ИПКС-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</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> <p>- методы и инструменты количественных исследований (ИПКС-1.1);</p> <p>- механизмы, технологию анализа и интерпретации данных, полученных в количественных исследованиях (ИПКС-1.2);</p> <p>- структуру аналитического отчета и презентации количественного маркетингового / социологического исследования (ИПКС-1.4).</p> <p>Уметь:</p> <p>- 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);</p> <p>- использовать количественные методы анализа, анализировать и интерпретировать полученные данные (ИПКС-1.2);</p> <p>- составлять аналитический отчет и презентацию количественного маркетингового / социологического исследования (ИПКС-1.4).</p> <p>Владеть:</p> <p>- 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);</p> <p>- навыками применения количественных методов анализа и интерпретации полученных данных (ИПКС-1.2);</p>	<p>06.009 В/01.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <p>- поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.1);</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-1.1);</p> <p>- анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.2, ИПКС-1.4);</p> <p>- определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ (ИПКС-1.2).</p> <p>Трудовые умения:</p> <p>- использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты (ИПКС-1.1);</p> <p>- находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные методы анализа (ИПКС-1.2);</p> <p>- выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей (ИПКС-1.2);</p> <p>- составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования (ИПКС-1.4).</p> <p>Трудовые знания:</p> <p>- маркетинговые технологии (ИПКС-1.1);</p> <p>- основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации (ИПК-1.2, ИПКС-1.4).</p>

		- навыками написания аналитического отчета и презентации количественного маркетингового / социологического исследования (ИПКС-1.4).		
РПД «Качественные методы исследования СМИ» (Б1.В.ОД.4)				
ИПКС-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 ИПКС-1.3. Применяет качественные методы анализа, анализирует и интерпретирует полученные данные ИПКС-1.4. Составляет аналитические отчеты, проводит презентацию результатов маркетингового / социологического исследования	Знать: - 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). Уметь: - 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); Владеть: - 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).	06.009 В/01.6	Трудовые действия: - 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). Трудовые умения: - использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты (ИПКС-1.1); - 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). Трудовые знания: - маркетинговые технологии (ИПКС-1.1); - основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации (ИПК-1.3, ИПКС-1.4).
РПД «Договорные отношения в рекламной деятельности» (Б1.В.ОД.5)				
ИПКС-5 Способен составлять договоры гражданско-правового характера на проведение маркетин-	ИПКС-5.1. Определяет структуру и содержание гражданско-правовых договоров ИПКС-5.2. Определяет порядок заключения гражданско-правовых договоров и	Знать: - основы нормативно-правового регулирования рекламной деятельности при составлении и заключении договоров (ИПКС-5.1);	06.009 В/01.6	Трудовые действия: - составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых

<p>гового / 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>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>- содержание и структуру гражданско-правовых договоров по предоставлению и распространению рекламных услуг и продуктов (ИПКС-5.2);</p> <p>- 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> <p>Уметь:</p> <p>- составлять гражданско-правовые договоры, определять права и обязанности субъектов правоотношений в соответствии с нормами российского и международного законодательства (ИПКС-5.1);</p> <p>- определять порядок заключения гражданско-правовых договоров и другой необходимой документации по реализации договоров (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>06.009 В/03.6</p>	<p>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> <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>
--	---	---	--------------------------	---

				<ul style="list-style-type: none"> - корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-5.1, ИПКС-5.2); - правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности (ИПКС-5.1).
РПД «Специальные и корпоративные мероприятия в продвижении СМИ» (Б1.В.ОД.6)				
<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>ИПКС-6.2. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные тенденции и особенности проведения и планирования проектов специальных и корпоративных мероприятий, направленных на продвижение СМИ (ИПКС-6.1); - 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>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать, проводить и планировать проекты специальных и корпоративных мероприятий, направленных на продвижение СМИ (ИПКС-6.1); - организовывать и анализировать проекты специальных и корпоративных мероприятий, направленных на продвижение и повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации, проведения, планирования и оценки проектов специальных и корпоративных мероприятий, направленных на продвижение СМИ (ИПКС-6.1); - навыками организации проектов специальных и корпоративных мероприятий, направленных на продвижение и повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.1). 	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); - 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); - контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (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"> - использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2); - 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); - методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2);

				- основы проектной деятельности (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2).
ПКС-7 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПКС-7.1. Определяет алгоритм проведения коммуникационных кампаний	Знать: - 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). Уметь: - 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). Владеть: - 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).	06.009 В/03.6	Трудовые действия: - 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 предвидения 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). Трудовые умения: - 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). Трудовые знания: - 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).
	ИПКС-7.2. Составляет PR-бриф как организационный документ коммуникационной кампании			
ПКС-9 Способен применять основные технологии маркетинговых ком-	ИПКС-9.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	Знать:	06.009 В/03.6	Трудовые действия:

<p>муникаций при разработке и 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>- основные маркетинговые инструменты для планирования производства и реализации коммуникационных продуктов специальных и корпоративных мероприятий продвижения СМИ (ИПКС-9.1);</p> <p>- 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> <p>Уметь:</p> <p>- использовать маркетинговые инструменты для планирования производства и реализации коммуникационных продуктов специальных и корпоративных мероприятий продвижения СМИ (ИПКС-9.1);</p> <p>- 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> <p>Владеть:</p> <p>- навыками использования маркетинговых инструментов для планирования производства и реализации коммуникационных продуктов специальных и корпоративных мероприятий продвижения СМИ (ИПКС-9.1);</p> <p>- навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационных продуктов специальных и корпоративных мероприятий продвижения СМИ (ИПКС-9.2).</p>		<p>- подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2);</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-9.1, ИПКС-9.2);</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-9.1, ИПКС-9.2);</p> <p>- организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2);</p> <p>- организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2).</p> <p>Трудовые умения:</p> <p>- использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2);</p> <p>- выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2);</p> <p>- вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2).</p> <p>Трудовые знания:</p> <p>- основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2);</p> <p>- методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2);</p> <p>- основы проектной деятельности (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2).</p>
<p>РПД «Интернет-маркетинг СМИ» (Б1.В.ОД.7)</p>				
<p>ПКС-6 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая</p>	<p>ИПКС-6.2. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>Знать:</p> <p>- особенности и структуру организации различных проектов (ИПКС-6.2.)</p> <p>Уметь:</p> <p>- организовывать и анализировать проекты, направленные на продвижение в СМИ (ИПКС-6.2.)</p>	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <p>- подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-6.2);</p>

<p>благотворительные мероприятия</p>		<p>Владеть: - организовывать, проводить и планировать проекты, направленные на продвижение в СМИ (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-6.2); - 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-6.2); Трудовые знания: - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-6.2); - методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах (ИПКС-6.2); - основы проектной деятельности (ИПКС-6.2).</p>
<p>ПКС-7 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</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: - основы планирования, подготовки и организации различных коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ИПКС-7.3). 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>	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия: - подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (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-7.3); - 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). Трудовые умения: - использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии (ИПКС-7.3). 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-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"> - механизмы и методы создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью в сети Интернет (ИПКС-8.1); - структуру первичных текстов рекламы и связей с общественностью в сети Интернет (ИПКС-8.2). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью в сети Интернет (ИПКС-8.1); - создавать тексты рекламы и связей с общественностью в сети Интернет (ИПКС-8.2). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью в сети Интернет (ИПКС-8.1); - навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью в сети Интернет (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); - поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-8.1); - организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (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). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2).
<p>РПД Элективные курсы по физической культуре и спорту</p>				
<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>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>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы и методы по проектированию физкультурно-оздоровительной деятельности (ИУК-7.1); - как применять умения и навыки для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки (ИУК-7.2); - возрастные и индивидуальные особенности своего организма и осуществлять самоконтроль и самооценку достигнутых результатов (ИУК-7.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать и демонстрировать определённые умения и навыки в поддержание здорового образа жизни (ИУК-7.1); - самостоятельно применять разнообразные средства в обеспечение работоспособности (ИУК-7.2); - самостоятельно заниматься физической активностью, соблюдать гигиенические основы, планировать режим труда и отдыха (ИУК-7.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - умениями и навыками по организации двигательной активности с учетом физиологических особенностей организма (ИУК-7.1); - умением применять комплекс физических упражнений в свое рабочее и свободное время (ИУК-7.2); 		

		- умениями и навыками в организации здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности (ИУК-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). Уметь: - 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).	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).

		Владеть: - приемами ситуативно целесообразного авторедактирования; создания стилистически разнообразных и оправданных текстов одного содержания (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 «Риторика» (Б1.В.ДВ.1.2)				
ПКС-4 Способен вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами), выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	ИПКС-4.1. Определяет принципы построения деловой коммуникации ИПКС-4.3. Выступает на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	Знать: - 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). Уметь: - 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). Владеть: - 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 выразительности, языков мимики и жестов при выступлениях с докладами и презентациями (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-4.1, 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). Трудовые умения: - 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). Трудовые знания: - корпоративные стандарты, регламенты и 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:	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,

		<ul style="list-style-type: none"> - 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). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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). 		<p>необходимых для продвижения 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 «Управление имиджем СМИ» (Б1.В.ДВ.2.1)				
<p>ПКС-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</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"> - 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); - основы 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>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 	<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-2.3); - 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-2.2); - 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-2.2); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-2.3); <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-2.3); - основы проектной деятельности (ИПКС-2.2);

		<p>информационном (имиджевом) управлении своими аудиториями (ИПКС-2.2);</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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). 		<ul style="list-style-type: none"> - 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 коммуникационных благотворительных мероприятий при продвижении имиджа в СМИ (ИПКС-6.3). <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). 	06.009 В/03.6	<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>ПКС-8 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и</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 управлении имиджем СМИ (ИПКС-8.1); 	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-8.1, ИПКС-8.3);

<p>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>- инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при управлении имиджем СМИ (ИПКС-8.3).</p> <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 поводов 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). 		<p>- 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-8.3);</p> <p>- организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-8.1, ИПКС-8.3).</p> <p>Трудовые умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-8.3); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) ИПКС-8.1, ИПКС-8.3). <p>Трудовые знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-8.1, ИПКС-8.3).
---	---	--	--	--

РПД «Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений» (Б1.В.ДВ.2.2)

<p>ИПКС-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</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"> - особенности разработки социальных проектов в области клиентурных отношений (ИПКС-2.2); - направления политики развития клиентурных отношений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать социальные проекты в области клиентурных отношений (ИПКС-2.2); - анализировать направления развития политики клиентурных отношений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки социальных проектов в области клиентурных отношений (ИПКС-2.2); - навыками проектирования направлений развития политики клиентурных отношений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3). 	<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-2.2, 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-2.2, ИПКС-2.2); - 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-2.2, ИПКС-2.3);
---	---	--	--------------------------	--

				<p>- вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-2.2, ИПКС-2.3);</p> <p>Трудовые знания:</p> <p>- основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-2.2, ИПКС-2.3);</p> <p>- основы проектной деятельности (ИПКС-2.2);</p> <p>- корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-2.3).</p>
<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> <p>- типологию благотворительных мероприятий, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ (ИПКС-6.2);</p> <p>- методики анализа социальных и экономических коммуникационных эффектов благотворительных мероприятий (ИПКС-6.3).</p> <p>Уметь:</p> <p>- проектировать благотворительные мероприятия, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ (ИПКС-6.2);</p> <p>- анализировать социальные и экономические коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий (ИПКС-6.3).</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками проектирования благотворительных мероприятий, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ (ИПКС-6.2);</p> <p>- навыками определения коммуникационных эффектов благотворительных мероприятий (ИПКС-6.3).</p>	06.009 В/03.6	<p>Трудовые действия:</p> <p>- организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-6.2);</p> <p>- организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-6.3).</p> <p>Трудовые умения:</p> <p>- выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-6.2);</p> <p>- вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-6.3).</p> <p>Трудовые знания:</p> <p>- основы проектной деятельности (ИПКС-6.2);</p> <p>- корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-6.3).</p>
РПД «Управление репутацией СМИ» (Б1.В.ДВ.3.1)				
<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> <p>- морально-этические принципы профессиональной деятельности в области управления репутацией СМИ (ИПКС-2.1);</p> <p>- способы использования социальных проектов в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации, направленной на формирование репутации в СМИ (ИПКС-2.2);</p> <p>- основы разработки и обоснования вариантов управленческих решений при формировании и</p>	06.009 В/03.6	<p>Трудовые действия:</p> <p>- подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3);</p> <p>- организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3);</p> <p>- организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия (ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3).</p>

		<p>управлении репутацией в СМИ на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.3).</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать морально-этические ориентиры профессиональной деятельности в области управления репутацией СМИ (ИПКС-2.1); - 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 ориентиров 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). 	<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>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 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>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>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 (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).
<p>«Репутационный менеджмент СМИ» (Б1.В.ДВ.3.2)</p>				
<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); 	<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);

		<ul style="list-style-type: none"> - применять методы, способы и инструменты социального проектирования при реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации, направленной на узнаваемость СМИ (ИПКС-2.2); - 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). 		<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"> - 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>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); 	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-6.2, 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 (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);

		- навыками анализа коммуникационных эффектов благотворительных мероприятий, направленных на управление репутацией в СМИ (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)				
ИПКС-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: - 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). Уметь: - 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). Владеть: - 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 информационного рынка СМИ и редакционно-издательского маркетинга и менеджмента (ИПКС-3.2, ИПКС-3.3).	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, 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).
	ИПКС-3.2. Проводит сегментацию целевой аудитории СМИ на основе демографических, социально-экономических, географических и поведенческих критериев			
РПД «Экономика СМИ» (Б1.В.ДВ.4.2)				
	ИПКС-3.1. Определяет факторы, влияющие на потребительский спрос СМИ.	Знать:	06.009 В/01.6	Трудовые действия:

<p>ПКС-3 Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей на рынке продукции 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>	<ul style="list-style-type: none"> - 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.). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -техникой и технологиями определения факторы, влияющие на потребительский спрос СМИ в условиях ограниченных ресурсов (ИПКС-3.1.). -техникой и технологиями определения способов сегментацию целевой аудитории СМИ на основе демографических, социально-экономических, географических и поведенческих критериев (ПКС-3.2.). - техникой и технологиями определения основных экономических характеристик целевой аудитории потребителей продукции СМИ с учетом внешних факторов (ИПКС-3.3.). 		<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).
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>ИУК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, системный подход для решения поставленных задач в медиакоммуникационной деятельности (ИУК-1.1, ИУК-1.2). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, системный подход для решения поставленных задач в медиакоммуникационной деятельности (ИУК-1.1, ИУК-1.2). 		

		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>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> <ul style="list-style-type: none"> - 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>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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, ИОПК-1.2). <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>ИОПК-1.2. Использует современные информационно-коммуникативные технологии в работе с текстами, информацией, представленной в различных знаковых системах</p>			
<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"> - 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); 		
	<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>			

		- навыками освещения текущих событий (ИОПК-2.3).		
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: - многообразии достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и(или) медиапродуктов, и(или) коммуникационных продуктов (ИОПК-3.1). Уметь: - использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ИОПК-3.1). 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).		
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: - базовые запросы и потребности общества и аудитории в медиакоммуникационной деятельности (ИОПК-4.1). Уметь: - отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в медиакоммуникационной деятельности (ИОПК-4.1). Владеть: - 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	ИОПК-5.1. Анализирует основные тенденции развития современных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира.	Знать: - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ИОПК-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 (ИОПК-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 (ИОПК-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 технологий (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 медиакоммуникационной сфере (ИУК-1.3). Владеть: - навыками проведения поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного		

		подхода для решения поставленных задач медиа-коммуникационной сфере (ИУК-1.3).		
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной 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>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). 		
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	<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-1.3. Применяет качественные методы анализа, анализирует и интерпретирует полученные данные</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы анализа информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.1); - количественные методы анализа (ИПКС-1.2); - качественные методы анализа (ИПКС-1.3); <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.1); - применять количественные методы анализа (ИПКС-1.2); - применять качественные методы анализа (ИПКС-1.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.1); - количественными методами анализа (ИПКС-1.2.); - качественными методами анализа (ИПКС-1.3). 	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-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); - 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 продукты (ИПКС-1.1); - 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). <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).

<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: - методы построения профессиональной деятельности на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.1). Уметь: - организовывать работу на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.1). Владеть: - навыками работы на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности (ИПКС-2.1).</p>	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия: - 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). Трудовые умения: - выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-2.1); - вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-2.1). Трудовые знания: - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-2.1); - основы проектной деятельности (ИПКС-2.1); - корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность (ИПКС-2.1)</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. 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>	<p>Знать: - типы потребительского спроса СМИ (ИПКС-3.1); - критерии сегментации целевой аудитории СМИ (ИПКС-3.2); - характеристики целевой аудитории СМИ (ИПКС-3.3). Уметь: - 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). Владеть: - 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>	<p>06.009 В/01.6</p>	<p>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 ин-</p>

				<p>формацию, применять количественные и качественные методы анализа (ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3);</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>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>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). <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). <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). 	<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).

<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>ИУК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.</p>	<p>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).</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; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового / социологического исследования</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-1.3. 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: - 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 (ИПКС-1.4).</p>	<p>06.009 В/01.6</p>	<p>Трудовые действия: - поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.1 - ИПКС-1.4); - 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 - ИПКС-1.4); - анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ (ИПКС-1.1 - ИПКС-1.4); - определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ (ИПКС-1.1 - ИПКС-1.4). Трудовые умения: - находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа (ИПКС-1.1 - ИПКС-1.4); - выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей (ИПКС-1.1 - ИПКС-1.4); - составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования (ИПКС-1.1 - ИПКС-1.4). Трудовые знания: - маркетинговые технологии (ИПКС-1.1 - ИПКС-1.4);</p>

				- основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации (ИПКС-1.1 - ИПКС-1.4).
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: - типы потребительского спроса (ИПКС-3.1); - критерии сегментации целевой аудитории (ИПКС-3.2); - характеристики целевой аудитории (ИПКС-3.3). Уметь: - определять факторы, влияющие на потребительский спрос (ИПКС-3.1); - определять принципы сегментации потребителей по типу спроса (ИПКС-3.2); - определять характеристики целевой аудитории (ИПКС-3.3). Владеть: - методами определения потребительского спроса (ИПКС-3.1); - определять принципы сегментации потребителей по типу спроса (ИПКС-3.2); - методами определения характеристиками целевой аудитории (ИПКС-3.3).	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, 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).
	ИПКС-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			
ПКС-4 Способен вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами), выступать	ИПКС-4.1. Определяет принципы построения деловой коммуникации	Знать: - принципы построения деловой коммуникации (ИПКС-4.1); - методы ведения деловых переговоров (ИПКС-4.2). Уметь: - строить деловые коммуникации (ИПКС-4.1); - вести деловые переговоры (ИПКС-4.2).	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-4.1, ИПКС-4.2);
	ИПКС-4.2. Ведет деловые переговоры, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами)			

<p>на публичных мероприятиях с докладами и презентациями</p>		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками построения деловой коммуникации (ИПКС-4.1); - навыками ведения деловых переговоров (ИПКС-4.2). 		<ul style="list-style-type: none"> - 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>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-5.3. 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"> - типы договоров гражданско-правового характера на проведение маркетингового/социологического исследования (ИПКС-5.3). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять договоры гражданско-правового характера на проведение маркетингового/социологического исследования (ИПКС-5.3). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками составления договоров на проведение маркетингового/социологического исследования (ИПКС-5.3). 	<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-5.3); - 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>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).

			06.009 В/03.6	<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-5.3); - 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>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>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"> - особенности организации и обеспечения внешней и внутренней коммуникации (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 (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>	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); - 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"> - 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). 		<ul style="list-style-type: none"> - основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-6.1, ИПКС-6.2, ИПКС-6.3); - 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>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 организационный документ коммуникационной кампании (ИПКС-7.2); - 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>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>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-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>ИПКС-8.1. Создает актуальные информационные поводы для кампаний и про-</p>	<p>Знать:</p>	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</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>ектов 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>ИПКС-8.3. Разрабатывает инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>	<p>- типы актуальные информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.1);</p> <p>- методику создания первичных текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.2);</p> <p>- инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде (ИПКС-8.3).</p> <p>Уметь:</p> <p>- выявлять актуальные информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.1);</p> <p>- создавать первичные тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.2);</p> <p>- разрабатывать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде (ИПКС-8.3).</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками определения актуальных информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.1);</p> <p>- навыками создания первичных текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта (ИПКС-8.2);</p> <p>- навыками разработки инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности.</p>		<p>- подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2, ИПКС-8.3);</p> <p>- 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);</p> <p>- организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2, ИПКС-8.3).</p> <p>Трудовые умения:</p> <p>- выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2, ИПКС-8.3);</p> <p>- вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2, ИПКС-8.3).</p> <p>Трудовые знания:</p> <p>- основные принципы организации рекламной кампании (ИПКС-8.1, ИПКС-8.2, ИПКС-8.3).</p>
<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>ИПКС-9.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p>	<p>Знать:</p> <p>- основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта (ИПКС-9.1);</p> <p>- систему организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта (ИПКС-9.2);</p>	<p>06.009 В/03.6</p>	<p>Трудовые действия:</p> <p>- подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2, ИПКС-9.3);</p> <p>- поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции</p>

	<p>ИПКС-9.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными группами целевых аудиторий</p>	<p>- методы осуществления мониторинга обратной связи с разными группами целевых аудиторий (ИПКС-9.3).</p> <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, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта (ИПКС-9.2); - навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными группами целевых аудиторий (ИПКС-9.3). 		<p>СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах (ИПКС-9.1, ИПКС-9.2, ИПКС-9.3);</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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-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>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"> - 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>	<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). <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).

		<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). 		
<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). 	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-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-8.2). <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