

**Компетентностно-квалификационная характеристика выпускника ОП ВО (компетентностная модель выпускника)  
по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»  
направленность (программа) «Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью»  
Тип профессиональной деятельности проектно-аналитический**

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 «Методологические проблемы современной науки» (Б1.Б.1.1)				
<b>УК-1</b> Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	<b>ИУК-1.1.</b> Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя её составляющие и связи между ними.	<b>Знать:</b> - исходные методологические приемы выявления составляющих проблемной ситуации и связь между ними как маркер идентификации проблемы (ИУК-1.1) - методологические приемы поиска информации, необходимой для решения проблемной ситуации (ИУК -1.2) - способы и методы оценки информации в аспекте надежности ее источников (ИУК-1.3) - приемы и методы аргументации по формированию стратегий решения проблемных ситуаций в профессиональной деятельности (ИУК-1.4) - дефиницию понятия «риск» и типологию рисков в сфере интернет-коммуникаций, в том числе рекламы и связей с общественностью (ИУК-1.5) <b>Уметь:</b> - применять основные принципы системного подхода к анализу проблемных ситуаций в профессиональной деятельности (ИУК -1.1) - определять причинно-следственные связи между пробелами в информации и поэтапным проектированием процессов по их устранению как ресурсу для решения проблемной ситуации (ИУК-1.2) - распознавать степень надежности /ненадежности источника информации (ИУК-1.3) - применять системный подход и междисциплинарные методы к выработке целостной стратегии решения проблемной ситуации (ИУК-1.4) - устанавливать коррелятивные зависимости между типом риска и соответствующей стратегией его устранения (ИУК-1.5) <b>Владеть:</b> - навыками поиска методов разрешения проблемных ситуаций в зависимости от их типологии (ИУК-1.1) - навыками поиска методов по устранению пробелов в информации, необходимой для решения проблемной		
	<b>ИУК-1.2.</b> Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению.			
	<b>ИУК-1.3.</b> Критически оценивает надёжность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников.			
	<b>ИУК-1.4.</b> Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов.			
	<b>ИУК-1.5.</b> Предлагает к реализации различные стратегии, определяет возможные риски и пути их устранения.			

		<p>ситуации (ИУК-1.2)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками сравнительного критического анализа информации, взятой из противоречивых источников (ИУК-1.3)</li> <li>- навыками аргументированного дискурса по артикуляции стратегий решения проблемных ситуаций в сфере рекламы и связей с общественностью (ИУК-1.4)</li> <li>- навыками адекватного подбора стратегии по устранению риска и его последствий в профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью (ИУК-1.5)</li> </ul>		
РПД «Современные международные отношения» (Б1.Б.1.2)				
<p><b>ОПК-5</b> Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p><b>ИОПК-5.1</b> Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p><b>ИОПК-5.3</b> Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проблемы, тенденции, особенности национального и регионального развития стран (ИОПК-5.1)</li> <li>- комплекс политических механизмов функционирования стран и регионов мира (ИОПК-5.3)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять проблемы, тенденции, особенности национального и регионального развития стран (ИОПК-5.1)</li> <li>- определять и анализировать комплекс политических механизмов функционирования стран и регионов мира (ИОПК-5.3)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятийно-категориальным аппаратом при анализе основных проблем, тенденций и особенностей национального и регионального развития стран (ИОПК-5.1)</li> <li>- навыками проведения сравнительного анализа комплекса политических механизмов функционирования стран и регионов мира (ИОПК-5.3)</li> </ul>		
РПД «Культура и межкультурные взаимодействия в современном мире» (Б1.Б.1.3)				
<p><b>УК-5</b> Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p><b>ИУК-5.1.</b> Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- важнейшие ценности и нормы, картину мира различных культур (ИУК-5.1.)</li> <li>- основные принципы культурного взаимодействия с представителями различных этносов, конфессий, социальных групп (ИУК-5.2.)</li> <li>- технологию формирования недискриминационного межкультурного взаимодействия в профессиональной</li> </ul>		

	<p><b>ИУК-5.2.</b> Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом особенностей деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп.</p> <p><b>ИУК-5.3.</b> Обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач.</p>	<p>сфере (ИУК-5.3)</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осваивать ценности и нормы различных культур в процессе межкультурного взаимодействия (ИУК-5.1.)</li> <li>- применять принципы культурного взаимодействия с представителями различных этносов, конфессий, социальных групп (ИУК-5.2.)</li> <li>- формировать принципы недискриминационного межкультурного взаимодействия в профессиональной сфере (ИУК-5.3)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками освоения ценностей и норм различных культур в процессе межкультурного взаимодействия (ИУК-5.1.)</li> <li>- навыками применения принципов культурного взаимодействия с представителями различных этносов, конфессий, социальных групп (ИУК-5.2.)</li> <li>- технологией формирования недискриминационного межкультурного взаимодействия в профессиональной сфере (ИУК-5.3)</li> </ul>		
<p><b>ОПК-3</b> Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p><b>ИОПК-3.1</b> Отслеживает и анализирует тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса</p> <p><b>ИОПК-3.2</b> Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные тенденции развития отечественной и мировой культуры (ИОПК-3.1)</li> <li>- особенности создания межкультурной коммуникации при взаимодействии с представителями различных культур (ИОПК-3.2.)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять знания о тенденциях развития отечественной и мировой культуры в процессе межкультурного взаимодействия (ИОПК-3.1.)</li> <li>- создавать ситуацию межкультурной коммуникации при взаимодействии с представителями различных культур (ИОПК-3.2.)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками межкультурного взаимодействия с учетом знаний об основных тенденциях развития отечественной и мировой культуры (ИОПК-3.1.)</li> <li>- навыками создания ситуаций межкультурной коммуникации при взаимодействии с представителями различных культур (ИОПК-3.2.)</li> </ul>		

<p><b>ОПК-4</b> Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p><b>ИОПК-4.2</b> Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке/реализации иных коммуникационных продуктов</p>	<p><b>Знать:</b> - особенности процесса изучения аудитории различных культур и способы осуществления межкультурной коммуникации с различной аудиторией (ИОПК-4.2.)</p> <p><b>Уметь:</b> - изучать аудитории различных культур и осуществлять межкультурную коммуникацию с различной аудиторией (ИОПК-4.2.)</p> <p><b>Владеть:</b> - навыками изучения различных культур и осуществления межкультурной коммуникацией с различными аудиториями (ИОПК-4.2.)</p>		
<p>РПД «Правовое регулирование деятельности в рекламе и связях с общественностью» (Б1.Б.1.4)</p>				
<p><b>УК-6</b> Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p><b>ИУК-6.3.</b> Выбирает и реализует с использованием инструментов непрерывного образования возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков.</p> <p><b>ИУК-6.4.</b> Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, с учётом накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития.</p>	<p><b>Знать:</b> - правовые основы деятельности PR - специалиста (ИУК-6.3.) - принципы правового анализа ситуации на рынке труда для оценивания ресурсов профессионального роста PR - специалиста (ИУК-6.4.);</p> <p><b>Уметь:</b> - использовать знания по основам права в деятельности PR - специалиста (ИУК-6.3.); - проводить правовой анализ ситуации на рынке труда для оценивания ресурсов профессионального роста PR - специалиста (ИУК-6.4)</p> <p><b>Владеть:</b> - навыками реализации знаний по основам права в деятельности PR - специалиста (ИУК-6.3.); - навыками правового анализа ситуации на рынке труда для оценивания ресурсов профессионального роста PR - специалиста (ИУК-6.4)</p>		
<p><b>ОПК-7</b> Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p><b>ИОПК-7.2</b> Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.</p>	<p><b>Знать:</b> - закономерности и последствия эффектов профессиональной деятельности с учетом социальной ответственности и действующих правовых норм (ИОПК-7.2). - принципы социальной и правовой ответственности в сфере рекламы и связей с общественностью (ИОПК-7.3)</p> <p><b>Уметь:</b> - оценивать эффективность профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности и действующего законодательства (ИОПК-</p>		

	<p><b>ИОПК-7-3</b> Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности</p>	<p>7.2). - оценивать значимость принципов социальной и правовой ответственности в сфере рекламы и связей с общественностью (ИОПК-7.3) <b>Владеть:</b> - навыками оценки и прогнозирования эффектов профессиональной деятельности в PR - сфере на основе принципов социальной ответственности и действующего законодательства (ИОПК-7.2). - навыками анализа факторов социальной и правовой ответственности в сфере рекламы и связей с общественностью (ИОПК-7.3)</p>		
<p>РПД «Иностранный язык в профессиональной сфере» (Б1.Б.2.1)</p>				
<p><b>УК-4</b> Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p><b>ИУК-4.1.</b> Устанавливает контакты и организует общение в соответствии с потребностями совместной деятельности, используя современные коммуникационные технологии.</p>	<p><b>Знать:</b> - особенности социокультурной и научно-производственной сфер стран изучаемого языка, поведенческие модели носителей изучаемого языка, существенные для профессиональной деятельности (ИУК-4.1); - особенности иностранного языка (фонетические, лексико-грамматические и стилистические); логико-композиционные, языковые особенности и специфические языковые средства изучаемого иностранного языка, отражающие нормы речевого поведения в практике межкультурного делового сотрудничества (ИУК-4.3); - особенности языка конкретного направления подготовки, специфику ведения дискуссии на иностранном языке (ИУК-4.5)</p>		
<p><b>ИУК-4.3.</b> Составляет типовую деловую документацию для академических и профессиональных целей на иностранном языке. Составляет академические и (или) профессиональные тексты на иностранном языке.</p>	<p><b>Уметь:</b> - использовать особенности социокультурной и научно-производственной сфер стран изучаемого языка, поведенческие модели носителей изучаемого языка, существенные для профессиональной деятельности (ИУК-4.1); - создавать тексты в устной и письменной формах в академической/деловой и профессионально ориентированных сферах на иностранном языке, в т.ч. представляя достижения отечественной науки и производства (ИУК-4.3); - понимать/интерпретировать устные и письменные аутентичные тексты; воздействовать на партнера с помощью различных коммуникативных стратегий, соблюдая формат профессионального межкультурного обще-</p>			
<p><b>ИУК-4.5.</b> Представляет результаты исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, участвует в академических и профессиональных дискуссиях на иностранном языке.</p>				

		<p>ния (ИУК- 4.5).</p> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- стратегиями общения, принятыми в академической и профессиональной среде, с учетом менталитета представителей другой культуры (ИУК-4.1).</li> <li>- навыками работы с различными типами деловой документации в ходе решения академических и профессиональных задач (ИУК-4.3);</li> <li>- навыками работы с информацией о достижениях в области российской и зарубежной науки, экономики, культуры; навыками работы с речевыми средствами для общения на общенаучные и узкоспециальные темы (ИУК-4.5).</li> </ul>		
<p><b>ОПК-1</b> Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p><b>ИОПК-1.2.</b> Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные технологии в работе с профессиональными текстами на иностранном языке (ИОПК-1.2)</li> <li>- нормы устной и письменной речи; способы логического построения и развертывания текста на иностранном языке (ИОПК-1.3)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценить созданный текст с точки зрения его соответствия коммуникативным требованиям и нормам иностранного языка (ИОПК-1.2)</li> <li>- грамотно, выразительно, целесообразно конструировать свою речь в соответствии с нормами иностранного языка (ИОПК-1.3)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приемами редактирования и правки профессионального текста в соответствии с нормами иностранного языка (ИОПК-1.2)</li> <li>- приемами грамотного и логического построения текста на иностранном языке (ИОПК-1.3.)</li> </ul>		
	<p><b>ИОПК-1.3.</b> Отслеживает изменение норм русского и иностранного языков, иных знаковых систем и учитывает при создании коммуникационных продуктов</p>			
<p>РПД «Копирайтинг текстов» (Б1.Б.2.2)</p>				
<p><b>УК-4</b> Способен применять современные коммуникативные технологии, в том</p>	<p><b>ИУК-4.2.</b> Составляет в соответствии с нормами русского языка деловую документацию различных жанров.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способы и модели создания рекламных текстов, особенности написания текстов рекламного характера (ИУК-4.2.)</li> </ul>		

<p>числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p><b>ИУК-4.4.</b> Организует обсуждение результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском языке, выбирая подходящий формат.</p>	<p>- способы представления собственного рекламного продукта на различных публичных мероприятиях (ИУК-4.4.)  <b>Уметь:</b>  - создавать рекламные тексты различных жанров (ИУК-4.2.)  - представлять собственный рекламный продукт на различных публичных мероприятиях (ИУК-4.4.)  <b>Владеть:</b>  - навыками создания и написания рекламных текстов различных жанров (ИУК-4.2.)  - навыками представления собственного рекламного продукта на различных публичных мероприятиях (ИУК-4.4.)</p>		
<p><b>ОПК-1</b> Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p><b>ИОПК-1.1.</b> Определяет и анализирует особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов.  <b>ИОПК-1.2.</b> Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p>	<p><b>Знать:</b>  - способы и основные принципы производства текстов рекламного характера (ИОПК-1.1.)  - основные нормы русского языка и особенности иных знаковых систем при создании рекламных текстов (ИОПК-1.2)  <b>Уметь:</b>  - осуществлять производство текстов рекламного характера (ИОПК-1.1.)  - создавать тексты рекламного характера с учетом изменений норм русского языка и иных знаковых систем в современном мире (ИОПК-1.2)  <b>Владеть:</b>  - навыками осуществления производства текстов рекламного характера (ИОПК-1.1.)  - навыками создания текстов рекламного характера с учетом изменений норм русского языка и иных знаковых систем в современном мире (ИОПК-1.2)</p>		
<p>РПД «Современная государственная и муниципальная власть» (Б1.Б.2.3)</p>				
<p><b>ОПК-2</b> Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и (или) медиапродуктах, и</p>	<p><b>ИОПК-2.1</b> Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов  <b>ИОПК-2.2</b> Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании</p>	<p><b>Знать:</b>  - принципы и методы взаимодействия государственных институтов различного уровня и общественных структур (ИОПК-2.1);  - основные тенденции развития социально-политических институтов с целью формирования значимого контента для рекламы и PR (ИОПК-2.2.)  <b>Уметь:</b>  - анализировать принципы и методы взаимодействия государственных институтов различного уровня и об-</p>		

(или) коммуникационных продуктах	текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<p>ественных структур (ИОПК-2.1);</p> <p>- использовать знания основных тенденций развития социально-политических институтов с целью формирования значимого контента для рекламы и PR (ИОПК-2.2.)</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>-навыками анализа принципов и методов взаимодействия государственных институтов различного уровня и общественных структур (ИОПК-2.1);</p> <p>- навыками анализа тенденций развития социально-политических институтов с целью формирования значимого контента для рекламы и PR (ИОПК-2.2.)</p>		
РПД «Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью» (Б1.Б.3.1)				
<b>ОПК-6</b> Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<b>ИОПК-6.2</b> Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	<p><b>Знать:</b></p> <p>- современные технические средства, программное обеспечение и информационно-коммуникационные технологии, необходимые для осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью (ИОПК 6.2)</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- отслеживать процессы модернизации современных технических средств, программного обеспечения и информационно-коммуникационных технологий, необходимых для осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью (ИОПК 6.2)</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыками отслеживания процессов модернизации современных технических средств, программного обеспечения и информационно-коммуникационных технологий, необходимых для осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью (ИОПК 6.2)</p>		
РПД «Инфографика» (Б1.Б.3.2)				
<b>УК-6</b> Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	<b>ИУК-6.2.</b> Определяет приоритеты профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям.	<p><b>Знать:</b></p> <p>- особенности принятия и реализации организационных, в том числе управленческих решений в сфере графического и информационно - коммуникационного дизайна (ИУК-6.2);</p> <p>- теоретико-методологические основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала в сфере графического и информационно - коммуникационного дизайна (ИУК-6.4);</p>		

	<p><b>ИУК-6.4.</b> Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, с учётом накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития.</p>	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять приоритеты деятельности в сфере графического и информационно - коммуникационного дизайна и способы ее совершенствования на основе самооценки (ИУК-6.2);</li> <li>- разрабатывать, контролировать, оценивать и исследовать компоненты профессиональной деятельности в сфере графического и информационно - коммуникационного дизайна; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач (ИУК-6.4)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками принятия и реализации организационных, в том числе управленческих решений в сфере графического и информационно - коммуникационного дизайна и способами их совершенствования на основе самооценки (ИУК-6.2);</li> <li>- навыками разработки, контроля, оценки и исследования компонентов профессиональной деятельности в сфере графического и информационно - коммуникационного дизайна; планирования самостоятельной деятельности в решении профессиональных задач (ИУК-6.4)</li> </ul>		
<p><b>ОПК-6</b> Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p><b>ИОПК-6.1</b> Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности</p> <p><b>ИОПК-6.2</b> Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- психологические принципы и закономерности восприятия информации, подходы к инфографике и особенности использования различных видов и категорий инфографики (ИОПК-6.1);</li> <li>- тенденции развития дизайна и технологий, необходимых для реализации проекта (ИОПК - 6.2).</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать и реализовывать инфографические проекты различной сложности с использованием современных онлайн сервисов и программного обеспечения векторной и растровой графики (ИОПК 6.1);</li> <li>- критически оценивать результаты собственной деятельности (ИОПК 6.2).</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки элементов инфографики, цифровой обработки изображений; приемами визуализации различных типов данных (графиков, цифр, инструкций и т.д.) (ИОПК 6.1);</li> <li>- технологиями разработки инфографических макетов при помощи современного программного обеспечения</li> </ul>		

		(ИОПК 6.2).		
РПД «Теоретические основы управления коммуникационными проектами» (Б1.Б.4.1)				
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.2. Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения.	<b>Знать:</b> - методику разработки концепции коммуникационного проекта в рамках обозначенной проблемы (ИУК-2.2) - принципы и методы разработки плана реализации коммуникационного проекта с учетом возможных рисков и методов их устранения, планирования взаимозаменяемости ресурсов (ИУК-2.3) - технологию мониторинга процесса реализации проекта (ИУК-2.4)		
	ИУК-2.3. Разрабатывает план реализации проекта с учетом возможных рисков реализации и возможностей их устранения, планирует необходимые ресурсы, в том числе с учетом их заменяемости.	<b>Уметь:</b> - разрабатывать концепцию коммуникационного проекта в рамках обозначенной проблемы (ИУК-2.2) - разрабатывать план реализации коммуникационного проекта с учетом возможных рисков и методов их устранения, планирования взаимозаменяемости ресурсов (ИУК-2.3)		
	ИУК-2.4. Осуществляет мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта.	- проводить мониторинг процесса реализации проекта (ИУК-2.4) <b>Владеть:</b> - навыками разработки концепции коммуникационного проекта в рамках обозначенной проблемы (ИУК-2.2) - навыками разработки плана реализации коммуникационного проекта с учетом возможных рисков и методов их устранения, планирования взаимозаменяемости ресурсов (ИУК-2.3) - технологией мониторинга процесса реализации проекта (ИУК-2.4)		
РПД «Разработка и продвижение контента» (Б1.Б.4.2)				
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	ИОПК-1.1. Определяет и анализирует особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов.	<b>Знать:</b> - особенности этапов и принципов производства различных контентных продуктов для реализации бизнес-задач заказчика (ИОПК-1.1.) - методику и технику разработки актуальных коммуникационных продуктов (ИОПК-1.2)		
	ИОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов	- особенности проектирования и создания коммуникационных продуктов, в том числе создание контента и нейминга (ИОПК – 1.3.) <b>Уметь:</b>		

<p>тов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p> <p><b>ИОПК-1.3.</b> Отслеживает изменение норм русского и иностранного языков, иных знаковых систем и учитывает при создании коммуникационных продуктов</p>	<p>- применять особенности этапов и принципов производства различных контентных продуктов для реализации бизнес-задач заказчика(ИОПК-1.1.)</p> <p>- применять в практической деятельности методику и технику разработки контентных продуктов (ИОПК-1.2)</p> <p>- применять особенности проектирования и создания коммуникационных продуктов, в том числе создание контента и нейминга (ИОПК – 1.3)</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыками применения принципов производства и распространения контентных продуктов для реализации бизнес-задач заказчика (ИОПК – 1.1)</p> <p>-навыками применения методики и техники разработки актуальных коммуникационных продуктов (ИОПК-1.2)</p> <p>- навыками применения особенности проектирования и создания коммуникационных продуктов, в том числе создание контента и нейминга (ИОПК – 1.3.)</p>		
<p>РПД «Разработка и реализация коммуникационной стратегии» (Б1.Б.4.3)</p>				
<p><b>ОПК-5</b> Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p><b>ИОПК-5.1</b> Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p><b>ИОПК-5.3</b> Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования</p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>- особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм функционирования медиакоммуникационных систем для создания коммуникационных стратегий на глобальном, национальном и региональном уровнях (ИОПК-5.1)</p> <p>- этапы коммуникационных стратегий с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования (ИОПК-5.3)</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- анализировать политические, экономические факторы, правовые и этические нормы, регулирующие функционирование медиакоммуникационных систем для создания коммуникационных стратегий на глобальном, национальном и региональном уровнях (ИОПК-5.1)</p> <p>- разрабатывать коммуникационные стратегии с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования (ИОПК-5.3)</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыками анализа политических, экономических факторов, правовых и этических норм, определяющих функционирование медиакоммуникационных систем для создания коммуникационных стратегий на глобаль-</p>		

		ном, национальном и региональном уровнях (ИОПК-5.1) - навыками разработки коммуникационной стратегии с учетом условий функционирования конкретной медиа-коммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования (ИОПК-5.3)		
<b>ОПК-7</b> Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	<b>ИОПК-7.1</b> Учитывает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	<b>Знать:</b> - принципы социальной ответственности при разработке и реализации коммуникационной стратегии (ИОПК-7.1) - типы коммуникационных стратегий с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов (ИОПК-7.2)		
	<b>ИОПК-7.2</b> Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.	<b>Уметь:</b> - учитывать принципы социальной ответственности при разработке и реализации коммуникационной стратегии (ИОПК-7.1) - осуществлять разработку коммуникационных стратегий с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов (ИОПК-7.2) <b>Владеть:</b> - навыками реализации принципов социальной ответственности при разработке коммуникационной стратегии (ИОПК-7.1) - навыками разработки коммуникационных стратегий с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов (ИОПК-7.2)		
РПД «Управление организационными структурами в сфере рекламы и связей с общественностью» (Б1.Б.4.4)				
<b>УК-3</b> Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	<b>ИУК-3.1.</b> Вырабатывает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели;	<b>Знать:</b> - принципы разработки стратегии деятельности организационной структуры по связям с общественностью (ИУК-3.1) - технологии групповой коммуникации (ИУК-3.2) - основы управления подразделением по связям с общественностью, в том числе управления конфликтами (ИУК-3.3) - основы командной работы в сфере рекламы и связей с общественностью (ИУК-3.5) <b>Уметь:</b> - разрабатывать стратегию деятельности организационной структуры по связям с общественностью (ИУК-3.1) - владеть технологиями групповой коммуникации		
	<b>ИУК-3.2.</b> Организует и корректирует работу команды, в т.ч. на основе коллегиальных решений			
	<b>ИУК-3.3.</b> Разрешает конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон			

	<p><b>ИУК-3.5.</b> Делегирует полномочия членам команды и распределяет поручения, дает обратную связь по результатам, принимает ответственность за общий результат</p>	<p>(ИУК-3.2)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять основные принципы управления подразделением по связям с общественностью, в том числе управления конфликтами (ИУК-3.3)</li> <li>- организовывать командную работу в сфере рекламы и связей с общественностью (ИУК-3.5)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки стратегии деятельности организационной структуры по связям с общественностью (ИУК-3.1)</li> <li>- навыками применения технологий групповой коммуникации (ИУК-3.2)</li> <li>- навыками управления подразделением по связям с общественностью, в том числе управления конфликтами (ИУК-3.3)</li> <li>- навыками организации работы команды профессионалов в сфере рекламы и связей с общественностью (ИУК-3.5)</li> </ul>		
<p>РПД «Этико-речевые коммуникации в рекламной деятельности» (Б1.Б.4.5)</p>				
<p><b>ОПК-1</b> Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p><b>ИОПК-1.1.</b> Определяет и анализирует особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов.</p> <p><b>ИОПК-1.2.</b> Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности построения этико-речевых коммуникаций в рекламной деятельности (ИОПК-1.1.)</li> <li>- процесс управления и реализации этико-речевых коммуникаций с учетом изменений норм русского языка и особенностей иных знаковых систем (ИОПК-1.2.)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать этико-речевые коммуникации в рекламной деятельности (ИОПК-1.1.)</li> <li>- управлять и реализовывать этико-речевые коммуникации с учетом изменений норм русского языка и особенностей иных знаковых систем (ИОПК-1.2.)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками создания этико-речевых коммуникаций в рекламной деятельности (ИОПК-1.1.)</li> <li>- навыками управления и реализации этико-речевых коммуникаций с учетом изменений норм русского языка и особенностей иных знаковых систем (ИОПК-1.2.):</li> </ul>		
<p>РПД «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах» (Б1.Б.4.6)</p>				
<p><b>ОПК-2</b> Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных ин-</p>	<p><b>ИОПК-2.1</b> Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проблемы и методику выявления и урегулирования системы коммуникаций между компаниями и различными целевыми аудиториями (ИОПК – 2.1.)</li> <li>- технику мониторинга общественного мнения для про-</li> </ul>		

<p>ституты для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p><b>ИОПК 2.2</b> Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>ектирования эффективных коммуникационных продуктов и проектов в рекламе и связях с общественностью (ИОПК-2.2)</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять методику выявления и урегулирования блока коммуникаций между компаниями и различными целевыми группами (ИОПК-2.1)</li> <li>- применять в практической деятельности технику мониторинга общественного мнения для проектирования эффективных коммуникационных продуктов и проектов в рекламе и связях с общественностью (ИОПК-2.2)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками выявления и проектирования эффективной коммуникации между компаниями и различными целевыми аудиториями(ИОПК-2.1)</li> <li>-навыками применения техники мониторинга общественного мнения для проектирования эффективных коммуникационных продуктов и проектов в рекламе и связях с общественностью (ИОПК-2.2)</li> </ul>		
<p><b>ОПК-4</b> Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p><b>ИОПК-4.1</b> Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп</p> <p><b>ИОПК-4.2</b> Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявлен-</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологию и технику социологических исследований, направленных на выявление потребностей и интересов целевых групп бизнеса (ИОПК – 4.1)</li> <li>- виды и специфику текстов и различных коммуникационных продуктов с учетом данных о потребностях целевой аудитории (ИОПК-4.2)</li> <li>- инструменты анализа целевых групп для разработки коммуникационных продуктов и проектов, направленных на решение задач компании (ИОПК – 4.3)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять в практической деятельности методологию и технику социологических исследований для выявления потребностей и интересов целевых групп бизнеса (ИОПК – 4.1)</li> <li>- применять в практической деятельности технологии разработки и проектирования текстов и различных коммуникационных продуктов с учетом данных о потребностях целевой аудитории (ИОПК-4.2)</li> <li>- инструменты анализа целевых групп для разработки коммуникационных продуктов и проектов, направленных на решение задач компании (ИОПК – 4.3)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p>		

	<p>ные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке/реализации иных коммуникационных продуктов</p>	<p>- навыками применения методологии и техники социологических исследований для выявления потребностей и интересов целевых групп бизнеса (ИОПК – 4.1) -навыками применения технологии разработки и проектирования текстов и различных коммуникационных продуктов с учетом данных о потребностях целевой аудитории (ИОПК-4.2)</p>		
	<p><b>ИОПК-4.3</b> Анализирует и прогнозирует спрос на медиатексты и иные коммуникационные продукты, используя данные социологических исследований о потребностях и интересах общества</p>	<p>- навыками использования инструменты анализа целевых групп для разработки коммуникационных продуктов и проектов, направленных на решение задач компании (ИОПК – 4.3)</p>		
<p>РПД «Организация и проведение социологических исследований: обработка и представление данных» (Б1.Б.4.7)</p>				
<p><b>УК-1</b> Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p>	<p><b>ИУК-1.1.</b> Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя её составляющие и связи между ними.</p>	<p><b>Знать:</b> - методические подходы к формулировке проблемной области социологического исследования (ИУК-1.1); - основные источники вторичной социологической информации (ИУК-1.3).</p>		
	<p><b>ИУК-1.3.</b> Критически оценивает надёжность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников.</p>	<p><b>Уметь:</b> - формулировать проблемную область социологического исследования (ИУК-1.1); - критически оценивать надёжность источников вторичной социологической информации (ИУК-1.3). <b>Владеть:</b> - навыками формулировки проблемной области социологического исследования (ИУК-1.1); - навыками оценки надёжности источников вторичной социологической информации (ИУК-1.3).</p>		
<p><b>ОПК-4</b> Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиaproдукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p><b>ИОПК-4.1</b> Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп</p>	<p><b>Знать:</b> - методику и технику проведения социологического исследования (ИОПК-4.2); - методы и инструменты анализа и интерпретации данных социологических исследований (ИОПК-4.1); - методику прогнозирования и экстраполяции по результатам проведенного социологического исследования (ИОПК-4.3).</p>		
	<p><b>ИОПК-4.2</b> Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке/реализации</p>	<p><b>Уметь:</b> - проводить социологические исследования различных целевых аудиторий (ИОПК-4.2); - анализировать и интерпретировать данные социологического исследования (ИОПК-4.1);</p>		

	иных коммуникационных продуктов	<p>- прогнозировать развитие социальных, в том числе, маркетинговых событий, по результатам проведенных социологических исследований и экстраполировать результаты исследования (ИОПК-4.3).</p> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками проведения социологических исследований различных целевых аудиторий (ИОПК-4.2);</li> <li>- навыками анализа и интерпретации данных социологического исследования (ИОПК-4.1);</li> <li>- навыками прогнозирования развития социальных, в том числе, маркетинговых событий, по результатам проведенных социологических исследований и навыками экстраполяции результатов исследования (ИОПК-4.3).</li> </ul>		
РПД «Переговорный процесс в области Интернет-коммуникаций» (Б1.В.ОД.1)				
<p><b>УК-4</b> Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p><b>ИУК-4.1.</b> Устанавливает контакты и организует общение в соответствии с потребностями совместной деятельности, используя современные коммуникационные технологии.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы организации переговорного процесса с использованием современных коммуникационных технологий в Интернет – пространстве (ИУК-4.1);</li> <li>- принципы составления деловой документации и профессиональных текстов на иностранном языке для организации переговорного процесса в области Интернет-коммуникаций (ИУК-4.3);</li> <li>- принципы организации и проведения дискуссий на иностранном языке в ходе переговорного процесса в Интернет – пространстве (ИУК-4.5)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять принципы организации переговорного процесса с использованием современных коммуникационных технологий в Интернет – пространстве (ИУК-4.1);</li> <li>- составлять деловую документацию и профессиональные тексты на иностранном языке для организации переговорного процесса в области Интернет-коммуникаций (ИУК-4.3);</li> <li>- организовывать и проводить дискуссии на иностранном языке в ходе переговорного процесса в Интернет – пространстве (ИУК-4.5)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации переговорного процесса с использованием современных коммуникационных технологий в Интернет – пространстве (ИУК-4.1);</li> <li>- навыками составления деловой документации и про-</li> </ul>		
<p><b>ИУК-4.3.</b> Составляет типовую деловую документацию для академических и профессиональных целей на иностранном языке. Составляет академические и (или) профессиональные тексты на иностранном языке.</p>				
<p><b>ИУК-4.5.</b> Представляет результаты исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, участвует в академических и профессиональных дискуссиях на иностранном языке.</p>				

		<p>фессиональных текстов на иностранном языке для организации переговорного процесса в области Интернет-коммуникаций (ИУК-4.3);</p> <p>- навыками организации и проведения дискуссий на иностранном языке в ходе переговорного процесса в Интернет – пространстве (ИУК-4.5)</p>		
<p><b>ПКС-1</b> Способен проводить переговоры с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>ИПКС-1.1</b> Составляет PR-бриф как концептуальную и креативную основу коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика</p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>- принципы организации переговорного процесса с заказчиком с целью реализации коммуникативной стратегии продвижения проекта в Интернет – пространстве, в том числе на иностранном языке (ИПКС-1.1);</p> <p>- технологии организации дискуссии в рамках продвижения проекта заказчика на иноязычном сегменте интернета с использованием современных технологий (ИПКС 1.2);</p> <p>- принципы выстраивания эффективной коммуникации с заказчиком по программе реализации коммуникационного продукта на иноязычном сегменте интернета с использованием современных технологий (ИПКС-1.3)</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- организовывать переговорный процесс с заказчиком с целью реализации коммуникативной стратегии продвижения проекта в Интернет – пространстве, в том числе на иностранном языке (ИПКС-1.1);</p> <p>- организовывать дискуссии в рамках продвижения проекта заказчика на иноязычном сегменте интернета с использованием современных технологий (ИПКС 1.2);</p> <p>- выстраивать эффективную коммуникацию с заказчиком по программе реализации коммуникационного продукта на иноязычном сегменте интернета с использованием современных технологий (ИПКС-1.3)</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыками организации переговорного процесса с заказчиком с целью реализации коммуникативной стратегии продвижения проекта в Интернет – пространстве, в том числе на иностранном языке (ИПКС-1.1);</p> <p>- навыками организации дискуссии в рамках продвижения проекта заказчика на иноязычном сегменте интернета с использованием современных технологий (ИПКС 1.2);</p> <p>- навыками выстраивания эффективной коммуникации с заказчиком по программе реализации коммуникационного продукта на иноязычном сегменте интернета с ис-</p>	<p>06.043 К/01.7</p>	<p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проведение переговоров с целью выявления объекта продвижения и ожидаемых от продвижения результатов;</li> <li>- определение целей продвижения;</li> <li>- согласование договора на реализацию стратегии продвижения.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать получаемую от заказчика информацию и выявлять его ожидания и требования;</li> <li>- разрабатывать стратегию продвижения в соответствии с требованиями и ожиданиями заказчика;</li> <li>- разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию;</li> <li>- проводить переговоры.</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> <li>- основы эффективной устной и письменной коммуникации;</li> <li>- основы анализа хозяйственной деятельности;</li> <li>- методы проведения деловых переговоров;</li> <li>- основы гражданского права;</li> <li>- основы налогообложения;</li> <li>- основы поисковой оптимизации;</li> <li>- основы работы с социальными медиа;</li> <li>- основы проведения контекстно-медийных рекламных кампаний;</li> <li style="padding-left: 20px;">- основы баннерной рекламы.</li> </ul>
	<p><b>ИПКС-1.2</b> Использует в профессиональной деятельности современные технологии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>			
	<p><b>ИПКС-1.3</b> Выстраивает эффективную коммуникацию с заказчиком по программе реализации коммуникационного продукта</p>			

		пользованием современных технологий (ИПКС-1.3)		
РПД «SMM - коммуникации» (Б1.В.ОД.2)				
ИПКС-2 Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ИПКС-2.1 Разрабатывает коммуникационную стратегию продвижения для эффективного решения бизнес – задач	<b>Знать:</b> - принципы коммуникационной SMM - стратегии продвижения проекта (ИПКС-2.1); - принципы и технологию разработки комплексного контент - плана подготовки и реализации SMM - стратегии продвижения проекта (ИПКС-2.2); - технологию осуществления мониторинга процесса продвижения проекта с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной SMM – стратегии (ИПКС-2.3)  <b>Уметь:</b> - разрабатывать коммуникационную SMM - стратегию продвижения проекта (ИПКС-2.1); - разрабатывать комплексный контент - план подготовки и реализации SMM - стратегии продвижения проекта (ИПКС-2.2); - осуществлять мониторинг процесса продвижения проекта с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной SMM – стратегии (ИПКС-2.3)  <b>Владеть:</b> - навыками разработки коммуникационной SMM - стратегии продвижения проекта (ИПКС-2.1); - навыками разработки комплексного контент - плана подготовки и реализации SMM - стратегии продвижения проекта (ИПКС-2.2); - навыками осуществления мониторинга процесса продвижения проекта с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной SMM – стратегии (ИПКС-2.3)	06.043 К/03.7	<b>Трудовые действия:</b> - составление заданий для формирования договоров на продвижение; - анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - корректировка деятельности сотрудников; - определение ключевых показателей эффективности продвижения. <b>Трудовые умения:</b> - взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика; - планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии; - распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения; - разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию. <b>Трудовые знания:</b> - основы менеджмента; - методы управления проектами; - функционирование поисковых машин; - основы предпринимательской деятельности; - основы маркетинга; - принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика); - основы бюджетирования маркетинговой деятельности; - система инструментов интернет-маркетинга; - основы веб-дизайна; - основы гипертекстовой разметки; - порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин; - основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; - особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем; - особенности функционирования социальных медиа.
	ИПКС-2.2 Разрабатывает комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»			
	ИПКС-2.3 Осуществляет мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии			

			06.043 К/05.7	<p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявление расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- определение причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта;</li> <li>- планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- выдавать задания по реализации стратегии продвижения;</li> <li>- контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- управление проектами;</li> <li>- управление персоналом;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> <li>- система инструментов интернет-маркетинга.</li> </ul>
РПД «Стратегия продвижения проекта в сети Интернет» (Б1.В.ОД.3)				
<p><b>ПКС-2</b> Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>ИПКС-2.1</b> Разрабатывает коммуникационную стратегию продвижения для эффективного решения бизнес – задач</p> <p><b>ИПКС-2.2</b> Разрабатывает комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы и технологию разработки коммуникационной стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.1);</li> <li>- технологию разработки комплексного контент - плана подготовки и реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.2);</li> </ul>	06.043 К/03.7	<p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составление заданий для формирования договоров на продвижение;</li> <li>- анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- корректировка деятельности сотрудников;</li> <li>- определение ключевых показателей эффективно-</li> </ul>

	<p>телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p><b>ИПКС-2.3</b> Осуществляет мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии</p>	<p>- технологию осуществления мониторинга процесса продвижения проекта в сети Интернет с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать коммуникационную стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.1);</li> <li>- разрабатывать комплексный контент - план подготовки и реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.2);</li> <li>- осуществлять мониторинг процесса продвижения проекта в сети Интернет с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки коммуникационной стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.1);</li> <li>- навыками разработки комплексного контент - плана подготовки и реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.2);</li> <li>- навыками осуществления мониторинга процесса продвижения проекта в сети Интернет с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной SMM – стратегии (ИПКС-2.3)</li> </ul>	<p>сти продвижения.</p> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика;</li> <li>- планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии;</li> <li>- распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения;</li> <li>- разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию.</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- методы управления проектами;</li> <li>- функционирование поисковых машин;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> <li>- основы бюджетирования маркетинговой деятельности;</li> <li>- система инструментов интернет-маркетинга;</li> <li>- основы веб-дизайна;</li> <li>- основы гипертекстовой разметки;</li> <li>- порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин;</li> <li>- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>- особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем;</li> <li>- особенности функционирования социальных медиа.</li> </ul> <p>06.043 К/05.7</p> <p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявление расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- определение причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений.</li> </ul>
--	--	---	---

				<p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта;</li> <li>- планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- выдавать задания по реализации стратегии продвижения;</li> <li>- контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- управление проектами;</li> <li>- управление персоналом;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика)</li> </ul>
<p><b>ПКС-3</b> Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p><b>ИПКС-3.1</b> Формулирует концепцию научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью с целью разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы организации и проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью с целью разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС - 3.1);</li> <li>- методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа - исследований в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта в сети Интернет (ИПКС – 3.2);</li> <li>- принципы и технологию интерпретации результатов научного исследования и выработку научно обоснованных прогнозов Интернет - продвижения проекта в сфере рекламы и связей с общественностью (ИПКС – 3.3)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организовывать и проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью с целью разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</li> </ul>	<p>06.043 К/03.7</p>	<p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составление заданий для формирования договоров на продвижение;</li> <li>- анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- корректировка деятельности сотрудников;</li> <li>- определение ключевых показателей эффективности продвижения.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика;</li> <li>- планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии;</li> <li>- распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения;</li> <li>- разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию.</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p>
	<p><b>ИПКС-3.2</b> Применяет методы количественного и качественного анализа информационного поля, проводит медиа- исследование в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта</p>			<p><b>ИПКС-3.3</b> Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и про-</p>

	гнозирует тенденции развития коммуникационной сферы	<p>(ИПКС - 3.1);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- реализовывать методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа - исследований в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта в сети Интернет (ИПКС – 3.2);</li> <li>- интерпретировать результаты научного исследования и разрабатывать научно обоснованные прогнозы Интернет - продвижения проекта в сфере рекламы и связей с общественностью (ИПКС – 3.3)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации и проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью с целью разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС - 3.1);</li> <li>- навыками реализации методов количественного и качественного анализа информационного поля, технологий проведения медиа - исследований в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта в сети Интернет (ИПКС – 3.2);</li> <li>- навыками интерпретации результатов научного исследования и выработки научно обоснованных прогнозов Интернет - продвижения проекта в сфере рекламы и связей с общественностью (ИПКС – 3.3)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- методы управления проектами;</li> <li>- функционирование поисковых машин;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> <li>- основы бюджетирования маркетинговой деятельности;</li> <li>- система инструментов интернет-маркетинга;</li> <li>- основы веб-дизайна;</li> <li>- основы гипертекстовой разметки;</li> <li>- порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин;</li> <li>- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>- особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем;</li> <li>- особенности функционирования социальных медиа.</li> </ul>
РПД «Комьюнити-менеджмент в рекламе и связях с общественностью» (Б1.В.ОД.4.)				
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	<p><b>ИУК-1.1.</b> Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя её составляющие и связи между ними.</p> <p><b>ИУК-1.2.</b> Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику анализа проблемных ситуаций в коммуникационной сфере (ИУК-1.1)</li> <li>- основы антикризисного PR в сфере комьюнити - менеджмента (ИУК-1.2)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять в практической деятельности специфику анализа проблемных ситуаций в коммуникационной сфере (ИУК-1.1)</li> <li>- применять основы антикризисного PR в сфере комьюнити - менеджмента (ИУК-1.2)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками применения специфики анализа проблемных ситуаций в коммуникационной сфере (ИУК-1.1)</li> <li>- навыками использования технологии антикризисного PR в сфере комьюнити - менеджмента (ИУК – 1.2)</li> </ul>		

<p><b>ПКС-2</b> Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>ИПКС-2.1</b> Разрабатывает коммуникационную стратегию продвижения для эффективного решения бизнес – задач</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- структуру и варианты проектирования коммуникационной стратегии для формирования работы эффективного комьюнити (ИПКС – 2.1)</li> <li>- методологию, методику и технику формирования эффективной коммуникационной стратегии компании для развития комьюнити в Интернете (ИПКС-2.2.)</li> <li>- инструменты мониторинга мнений целевых групп о деятельности компании и комьюнити (ИПКС – 2.3)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять в практической деятельности структуру и варианты проектирования коммуникационной стратегии для формирования работы эффективного комьюнити (ИПКС – 2.1)</li> <li>-применять в практической деятельности методологию, методику и технику формирования эффективной коммуникационной стратегии компании для развития комьюнити в Интернете (ИПКС-2.2)</li> <li>- применять в практической деятельности инструменты мониторинга мнений целевых групп о деятельности компании и комьюнити (ИПКС – 2.3)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками формирования и проектирования коммуникационной стратегии для создания работы эффективного комьюнити (ИПКС – 2.1)</li> <li>-навыками применения методологии, методики и техники формирования эффективной коммуникационной стратегии компании для развития комьюнити в Интернете (ИПКС-2.2.)</li> <li>- навыками применения инструментов мониторинга для выстраивания эффективного комьюнити (ИПКС – 2.3)</li> </ul>	<p>06.043 К/03.7</p> <p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составление заданий для формирования договоров на продвижение;</li> <li>- анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- корректировка деятельности сотрудников;</li> <li>- определение ключевых показателей эффективности продвижения.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика;</li> <li>- планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии;</li> <li>- распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения;</li> <li>- разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию.</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- методы управления проектами;</li> <li>- функционирование поисковых машин;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> <li>- основы бюджетирования маркетинговой деятельности;</li> <li>- система инструментов интернет-маркетинга;</li> <li>- основы веб-дизайна;</li> <li>- основы гипертекстовой разметки;</li> <li>- порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин;</li> <li>- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>- особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем;</li> <li>- особенности функционирования социальных медиа.</li> </ul>
	<p><b>ИПКС-2.2</b> Разрабатывает комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>		
<p><b>ИПКС-2.3</b> Осуществляет мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии</p>			

				<p>достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определение причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта;</li> <li>- планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- выдавать задания по реализации стратегии продвижения;</li> <li>- контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- управление проектами;</li> <li>- управление персоналом;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика)</li> </ul>
РПД «Веб-аналитика» (Б1.В.ДВ.1.1)				
<p><b>ПКС-2</b> Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>ИПКС-2.1</b> Разрабатывает коммуникационную стратегию продвижения для эффективного решения бизнес – задач</p> <p><b>ИПКС-2.2</b> Разрабатывает комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы и технологию исследовательско-аналитической работы по подготовке и осуществлению коммуникационной стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.1);</li> <li>- принципы и технологию разработки комплексного плана измерения, сбора, анализа, представления и интерпретации информации о коммуникационном поле компании в сети Интернет с целью реализации страте-</li> </ul>	06.043 К/03.7	<p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составление заданий для формирования договоров на продвижение;</li> <li>- анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- корректировка деятельности сотрудников;</li> <li>- определение ключевых показателей эффективности продвижения.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p>

	<p><b>ИПКС-2.3</b> Осуществляет мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии</p>	<p>гии продвижения проекта (ИПКС-2.2);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы и технологию осуществления мониторинга информационно-коммуникативной активности компании в сети Интернет с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять исследовательско-аналитическую работу по подготовке и осуществлению коммуникационной стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.1);</li> <li>- разрабатывать комплексный план измерения, сбора, анализа, представления и интерпретации информации о коммуникационном поле компании в сети Интернет с целью реализации стратегии продвижения проекта (ИПКС-2.2);</li> <li>- осуществлять мониторинг информационно-коммуникативной активности компании в сети Интернет с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками исследовательско-аналитической работы по подготовке и осуществлению коммуникационной стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.1);</li> <li>- навыками разработки комплексного плана измерения, сбора, анализа, представления и интерпретации информации о коммуникационном поле компании в сети Интернет с целью реализации стратегии продвижения проекта (ИПКС-2.2);</li> <li>- навыками осуществления мониторинга информационно-коммуникативной активности компании в сети Интернет с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика;</li> <li>- планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии;</li> <li>- распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения;</li> <li>- разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию.</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- методы управления проектами;</li> <li>- функционирование поисковых машин;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> <li>- основы бюджетирования маркетинговой деятельности;</li> <li>- система инструментов интернет-маркетинга;</li> <li>- основы веб-дизайна;</li> <li>- основы гипертекстовой разметки;</li> <li>- порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин;</li> <li>- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>- особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем;</li> <li>- особенности функционирования социальных медиа.</li> </ul> <p>06.043 К/05.7</p> <p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявление расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- определение причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с представителями заказчика</li> </ul>
--	--	---	---

				<p>по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- выдавать задания по реализации стратегии продвижения;</li> <li>- контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- управление проектами;</li> <li>- управление персоналом;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> </ul>
<p><b>ПКС-3</b> Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p><b>ИПКС-3.1</b> Формулирует концепцию научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью с целью разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы организации и проведения научного исследования в рамках исследовательско-аналитической работы по подготовке и осуществлению стратегии продвижения проекта в сети Интернет (ИПКС - 3.1);</li> <li>- методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа-исследований Интернет – пространства компании в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта (ИПКС – 3.2);</li> <li>- принципы и технологию интерпретации результатов научного исследования и выработки научно обоснованных прогнозов Интернет - продвижения проекта в сфере рекламы и связей с общественностью (ИПКС – 3.3)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организовывать и проводить научное исследование в рамках исследовательско-аналитической работы по подготовке и осуществлению стратегии продвижения проекта в сети Интернет (ИПКС - 3.1);</li> <li>- реализовывать методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии про-</li> </ul>	<p>06.043 К/03.7</p>	<p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составление заданий для формирования договоров на продвижение;</li> <li>- анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- корректировка деятельности сотрудников;</li> <li>- определение ключевых показателей эффективности продвижения.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика;</li> <li>- планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии;</li> <li>- распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения;</li> <li>- разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию.</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> </ul>
	<p><b>ИПКС-3.2</b> Применяет методы количественного и качественного анализа информационного поля, проводит медиа- исследование в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта</p>			
	<p><b>ИПКС-3.3</b> Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции развития</p>			

	коммуникационной сферы	<p>ведения медиа - исследований Интернет – пространства компании в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта (ИПКС – 3.2);</p> <p>- интерпретировать результаты научного исследования и разрабатывать научно обоснованные прогнозы Интернет - продвижения проекта в сфере рекламы и связей с общественностью (ИПКС – 3.3)</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыками организации и проведения научного исследования в рамках исследовательско-аналитической работы по подготовке и осуществлению стратегии продвижения проекта в сети Интернет (ИПКС - 3.1);</p> <p>- навыками реализации методов количественного и качественного анализа информационного поля, технологий проведения медиа - исследований Интернет – пространства компании в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта (ИПКС – 3.2);</p> <p>- навыками интерпретации результатов научного исследования и выработки научно обоснованных прогнозов Интернет - продвижения проекта в сфере рекламы и связей с общественностью (ИПКС – 3.3)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методы управления проектами;</li> <li>- функционирование поисковых машин;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> <li>- основы бюджетирования маркетинговой деятельности;</li> <li>- система инструментов интернет-маркетинга;</li> <li>- основы веб-дизайна;</li> <li>- основы гипертекстовой разметки;</li> <li>- порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин;</li> <li>- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>- особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем;</li> <li>- особенности функционирования социальных медиа.</li> </ul>
РПД «Интернет-маркетинг» (Б1.В.ДВ.1.2)			
<p><b>ПКС-2</b> Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>ИПКС-2.1</b> Разрабатывает коммуникационную стратегию продвижения для эффективного решения бизнес – задач</p> <p><b>ИПКС-2.2</b> Разрабатывает комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>- принципы и технологии разработки коммуникационной стратегии SMM, SEO, SEM - продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет (ИПКС-2.1);</p> <p>- принципы и методы разработки комплексного плана подготовки и реализации стратегии продвижения проекта посредством различных маркетинговых инструментов в сети Интернет (ИПКС-2.2);</p> <p>- методы мониторинга процесса Интернет - продвижения</p>	<p>06.043 К/03.7</p> <p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составление заданий для формирования договоров на продвижение;</li> <li>- анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- корректировка деятельности сотрудников;</li> <li>- определение ключевых показателей эффективности продвижения.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p>

	<p><b>ИПКС-2.3</b> Осуществляет мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии</p>	<p>ния проекта в рамках различных бизнес-моделей с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать коммуникационную стратегию SMM, SEO, SEM - продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет (ИПКС-2.1);</li> <li>- разрабатывать комплексный план подготовки и реализации стратегии продвижения проекта посредством различных маркетинговых инструментов в сети Интернет (ИПКС-2.2);</li> <li>- осуществлять мониторинг процесса Интернет - продвижения проекта в рамках различных бизнес-моделей с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки коммуникационной стратегии SMM, SEO, SEM - продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет (ИПКС-2.1);</li> <li>- навыками разработки комплексного плана подготовки и реализации стратегии продвижения проекта посредством различных маркетинговых инструментов в сети Интернет (ИПКС-2.2);</li> <li>- навыками осуществления мониторинга процесса Интернет - продвижения проекта в рамках различных бизнес-моделей с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика;</li> <li>- планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии;</li> <li>- распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения;</li> <li>- разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию.</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- методы управления проектами;</li> <li>- функционирование поисковых машин;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> <li>- основы бюджетирования маркетинговой деятельности;</li> <li>- система инструментов интернет-маркетинга;</li> <li>- основы веб-дизайна;</li> <li>- основы гипертекстовой разметки;</li> <li>- порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин;</li> <li>- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>- особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем;</li> <li>- особенности функционирования социальных медиа.</li> </ul> <p>06.043 К/05.7</p> <p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявление расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- определение причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с представителями заказчика</li> </ul>
--	--	---	---

				<p>по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- выдавать задания по реализации стратегии продвижения;</li> <li>- контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- управление проектами;</li> <li>- управление персоналом;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика)</li> </ul>
<p><b>ПКС-3</b> Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p><b>ИПКС-3.1</b> Формулирует концепцию научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью с целью разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы организации и проведения исследовательско - аналитической деятельности с целью разработки стратегии Интернет - продвижения проекта посредством различных маркетинговых инструментов (ИПКС - 3.1);</li> <li>- методы количественного и качественного анализа информационно -коммуникативного поля компании в рамках реализации маркетинговой стратегии продвижения в сети Интернет (ИПКС – 3.2);</li> <li>- принципы и технологию интерпретации результатов научного исследования и разработки прогнозного сценария развития интернет – маркетинга компании (ИПКС – 3.3)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организовывать и проводить исследовательско - аналитическую деятельность с целью разработки стратегии Интернет - продвижения проекта посредством различных маркетинговых инструментов (ИПКС - 3.1);</li> <li>- применять методы количественного и качественного анализа информационно -коммуникативного поля компании в рамках реализации маркетинговой стратегии</li> </ul>	<p>06.043 К/03.7</p>	<p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составление заданий для формирования договоров на продвижение;</li> <li>- анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- корректировка деятельности сотрудников;</li> <li>- определение ключевых показателей эффективности продвижения.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика;</li> <li>- планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии;</li> <li>- распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения;</li> <li>- разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию.</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- методы управления проектами;</li> </ul>
	<p><b>ИПКС-3.2</b> Применяет методы количественного и качественного анализа информационного поля, проводит медиа- исследование в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта</p>			
	<p><b>ИПКС-3.3</b> Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции развития коммуникационной сферы</p>			

		<p>продвижения в сети Интернет (ИПКС – 3.2);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- интерпретировать результаты научного исследования и разрабатывать прогнозные сценарии развития интернет – маркетинга компании (ИПКС – 3.3)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации и проведения исследовательско-аналитической деятельности с целью разработки стратегии Интернет - продвижения проекта посредством различных маркетинговых инструментов (ИПКС - 3.1);</li> <li>- навыками количественного и качественного анализа информационно -коммуникативного поля компании в рамках реализации маркетинговой стратегии продвижения в сети Интернет (ИПКС – 3.2);</li> <li>- навыками интерпретации результатов научного исследования и разработки прогнозного сценария развития интернет – маркетинга компании (ИПКС – 3.3)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- функционирование поисковых машин;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> <li>- основы бюджетирования маркетинговой деятельности;</li> <li>- система инструментов интернет-маркетинга;</li> <li>- основы веб-дизайна;</li> <li>- основы гипертекстовой разметки;</li> <li>- порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин;</li> <li>- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>- особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем;</li> <li>- особенности функционирования социальных медиа.</li> </ul>
РПД «Оценка экономической эффективности коммуникационных проектов» (Б1.В.ДВ.2.1)				
<p><b>ПКС-2</b> Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>ИПКС-2.1</b> Разрабатывает коммуникационную стратегию продвижения для эффективного решения бизнес – задач</p> <p><b>ИПКС-2.2</b> Разрабатывает комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p><b>ИПКС-2.3</b> Осуществляет мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы расчета экономической эффективности коммуникационных проектов, принципы взаимосвязи расчета экономической и коммуникативной эффективности (ИПКС-2.1);</li> <li>- технологии и методы оценки эффективности реализации комплекса маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в сети Интернет (ИПКС-2.2);</li> <li>- методы мониторинга экономических результатов процесса Интернет - продвижения проекта в рамках различных бизнес-моделей с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рассчитывать экономическую эффективность коммуникационных проектов, определять принципы взаимосвязи расчета экономической и коммуникативной эффективности (ИПКС-2.1);</li> <li>- использовать технологии и методы оценки эффективности реализации комплекса маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в сети Интернет (ИПКС-2.2);</li> <li>- применять методы мониторинга экономических ре-</li> </ul>	<p>06.043 К/03.7</p>	<p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составление заданий для формирования договоров на продвижение;</li> <li>- анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- корректировка деятельности сотрудников;</li> <li>- определение ключевых показателей эффективности продвижения.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика;</li> <li>- планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии;</li> <li>- распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения;</li> <li>- разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию.</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- методы управления проектами;</li> <li>- функционирование поисковых машин;</li> </ul>

		<p>зультатов процесса Интернет - продвижения проекта в рамках различных бизнес-моделей с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)</p> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками расчета экономической эффективности коммуникационных проектов, навыками определения взаимосвязи расчета экономической и коммуникативной эффективности (ИПКС-2.1);</li> <li>- навыками проведения оценки эффективности реализации комплекса маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в сети Интернет (ИПКС-2.2);</li> <li>- методами мониторинга экономических результатов процесса Интернет - продвижения проекта в рамках различных бизнес-моделей с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> <li>- основы бюджетирования маркетинговой деятельности;</li> <li>- система инструментов интернет-маркетинга;</li> <li>- основы веб-дизайна;</li> <li>- основы гипертекстовой разметки;</li> <li>- порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин;</li> <li>- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>- особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем;</li> <li>- особенности функционирования социальных медиа.</li> </ul> <p>06.043 К/05.7</p> <p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявление расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- определение причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта;</li> <li>- планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- выдавать задания по реализации стратегии продвижения;</li> <li>- контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> </ul>
--	--	--	--

				<ul style="list-style-type: none"> <li>- управление проектами;</li> <li>- управление персоналом;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика)</li> </ul>
<p><b>ПКС-3</b> Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p><b>ИПКС-3.1</b> Формулирует концепцию научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью с целью разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы научного подхода к определению экономической эффективности реализации стратегии Интернет - продвижения проекта (ИПКС - 3.1);</li> <li>- критерии и показатели расчета экономической и коммуникативной эффективности формирования информационно -коммуникативного поля компании в рамках реализации стратегии продвижения проекта в сети Интернет (ИПКС – 3.2);</li> <li>- принципы и методы разработки прогноза экономической эффективности реализации стратегии продвижения проекта (ИПКС – 3.3)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- реализовывать принципы научного подхода к определению экономической эффективности реализации стратегии Интернет - продвижения проекта (ИПКС - 3.1);</li> <li>- определять критерии и показатели расчета экономической и коммуникативной эффективности формирования информационно -коммуникативного поля компании в рамках реализации стратегии продвижения проекта в сети Интернет (ИПКС – 3.2);</li> <li>- применять принципы и методы разработки прогноза экономической эффективности реализации стратегии продвижения проекта (ИПКС – 3.3)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками реализации научного подхода к определению экономической эффективности реализации стратегии Интернет - продвижения проекта (ИПКС - 3.1);</li> <li>- навыками применения критериев и показателей расчета экономической и коммуникативной эффективности формирования информационно -коммуникативного поля компании в рамках реализации стратегии продвижения проекта в сети Интернет (ИПКС – 3.2);</li> <li>- навыками разработки прогноза экономической эффективности реализации стратегии продвижения проекта</li> </ul>	<p>06.043 К/03.7</p>	<p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составление заданий для формирования договоров на продвижение;</li> <li>- анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- корректировка деятельности сотрудников;</li> <li>- определение ключевых показателей эффективности продвижения.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика;</li> <li>- планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии;</li> <li>- распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения;</li> <li>- разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию.</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- методы управления проектами;</li> <li>- функционирование поисковых машин;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> <li>- основы бюджетирования маркетинговой деятельности;</li> <li>- система инструментов интернет-маркетинга;</li> <li>- основы веб-дизайна;</li> <li>- основы гипертекстовой разметки;</li> <li>- порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с</li> </ul>
	<p><b>ИПКС-3.2</b> Применяет методы количественного и качественного анализа информационного поля, проводит медиа- исследования в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта</p>			
	<p><b>ИПКС-3.3</b> Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции развития коммуникационной сферы</p>			

		(ИПКС – 3.3)		требованиями поисковых машин; - основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; - особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем; - особенности функционирования социальных медиа.
РПД «Анализ эффективности коммуникационной стратегии в сети Интернет» (Б1.В.ДВ.2.1)				
<b>ПКС-2</b> Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<b>ИПКС-2.1</b> Разрабатывает коммуникационную стратегию продвижения для эффективного решения бизнес – задач	<b>Знать:</b> - критерии и показатели расчета коммуникативной и экономической эффективности Интернет - продвижения коммуникационных проектов (ИПКС-2.1); - технологии и методы оценки коммуникативной эффективности реализации комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в сети Интернет (ИПКС-2.2); - методы мониторинга экономических и коммуникационных эффектов процесса Интернет - продвижения проекта в рамках различных бизнес-моделей (ИПКС-2.3) <b>Уметь:</b> - определять критерии и показатели расчета коммуникативной и экономической эффективности Интернет - продвижения коммуникационных проектов (ИПКС-2.1); - применять технологии и методы оценки коммуникативной эффективности реализации комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в сети Интернет (ИПКС-2.2); - применять методы мониторинга экономических и коммуникационных эффектов процесса Интернет - продвижения проекта в рамках различных бизнес-моделей (ИПКС-2.3) <b>Владеть:</b> - навыками определения критериев и показателей расчета коммуникативной и экономической эффективности Интернет - продвижения коммуникационных проектов (ИПКС-2.1); - технологией и методами оценки коммуникативной эффективности реализации комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в сети Интернет (ИПКС-2.2); - навыками мониторинга экономических и коммуникационных эффектов процесса Интернет - продвижения проекта в рамках различных бизнес-моделей (ИПКС-2.3)	06.043 К/03.7	<b>Трудовые действия:</b> - составление заданий для формирования договоров на продвижение; - анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - корректировка деятельности сотрудников; - определение ключевых показателей эффективности продвижения. <b>Трудовые умения:</b> - взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика; - планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии; - распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения; - разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию. <b>Трудовые знания:</b> - основы менеджмента; - методы управления проектами; - функционирование поисковых машин; - основы предпринимательской деятельности; - основы маркетинга; - принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика); - основы бюджетирования маркетинговой деятельности; - система инструментов интернет-маркетинга; - основы веб-дизайна; - основы гипертекстовой разметки; - порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин;
	<b>ИПКС-2.2</b> Разрабатывает комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»			
	<b>ИПКС-2.3</b> Осуществляет мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии			

				<ul style="list-style-type: none"> <li>- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>- особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем;</li> <li>- особенности функционирования социальных медиа.</li> </ul>
			06.043 К/05.7	<p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявление расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- определение причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта;</li> <li>- планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- выдавать задания по реализации стратегии продвижения;</li> <li>- контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- управление проектами;</li> <li>- управление персоналом;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика)</li> </ul>
<b>ПКС-3</b> Способен проводить научное исследование в сфере	<b>ИПКС-3.1</b> Формулирует концепцию научного исследования в сфере рекламы и связей с об-	<b>Знать:</b> - принципы научного подхода к определению экономической и коммуникативной эффективности реализации	06.043 К/03.7	<p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составление заданий для формирования договоров на продвижение;</li> </ul>

<p>рекламы и связей с общественностью</p>	<p>щественностью с целью разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p><b>ИПКС-3.2</b> Применяет методы количественного и качественного анализа информационного поля, проводит медиа-исследования в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта</p> <p><b>ИПКС-3.3</b> Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции развития коммуникационной сферы</p>	<p>стратегии Интернет - продвижения проекта (ИПКС - 3.1);</p> <p>- критерии и показатели расчета экономической и коммуникативной эффективности формирования информационного пространства компании в сети Интернет (ИПКС – 3.2);</p> <p>- принципы и методы разработки прогноза коммуникативной и экономической эффективности реализации Интернет-стратегии продвижения проекта (ИПКС – 3.3)</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- реализовывать принципы научного подхода к определению коммуникативной и экономической эффективности реализации стратегии Интернет - продвижения проекта (ИПКС - 3.1);</p> <p>- определять критерии и показатели расчета экономической и коммуникативной эффективности формирования информационного пространства компании в сети Интернет (ИПКС – 3.2);</p> <p>- применять принципы и методы разработки прогноза коммуникативной и экономической эффективности реализации Интернет-стратегии продвижения проекта (ИПКС – 3.3)</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыками реализации научного подхода к определению коммуникативной и экономической эффективности реализации стратегии Интернет - продвижения проекта (ИПКС - 3.1);</p> <p>- навыками применения критериев и показателей расчета экономической и коммуникативной эффективности формирования информационного пространства компании в сети Интернет (ИПКС – 3.2);</p> <p>- навыками разработки прогноза коммуникативной и экономической эффективности реализации Интернет-стратегии продвижения проекта (ИПКС – 3.3)</p>	<p>- анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</p> <p>- корректировка деятельности сотрудников;</p> <p>- определение ключевых показателей эффективности продвижения.</p> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <p>- взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика;</p> <p>- планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии;</p> <p>- распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения;</p> <p>- разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию.</p> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <p>- основы менеджмента;</p> <p>- методы управления проектами;</p> <p>- функционирование поисковых машин;</p> <p>- основы предпринимательской деятельности;</p> <p>- основы маркетинга;</p> <p>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</p> <p>- основы бюджетирования маркетинговой деятельности;</p> <p>- система инструментов интернет-маркетинга;</p> <p>- основы веб-дизайна;</p> <p>- основы гипертекстовой разметки;</p> <p>- порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин;</p> <p>- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</p> <p>- особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем;</p> <p>- особенности функционирования социальных медиа.</p>
<p>РПД «Антикризисные коммуникации в сети Интернет» (Б1.В.ДВ.3.1)</p>			

<p><b>УК-6</b> Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p><b>ИУК-6.1.</b> Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), целесообразно их использует для успешного выполнения порученного задания.</p> <p><b>ИУК-6.4.</b> Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, с учётом накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы оценивания ресурсов профессионального роста на основе овладения методами организации антикризисных коммуникаций в сети Интернет (ИУК-6.1.);</li> <li>- методику саморазвития в сфере планирования и организации антикризисных коммуникаций в сети Интернет (ИУК-6.4).</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать ресурсы профессионального роста на основе овладения методами организации антикризисных коммуникаций в сети Интернет (ИУК-6.1.);</li> <li>- определять методику саморазвития в сфере планирования и организации антикризисных коммуникаций в сети Интернет (ИУК-6.4).</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками оценивания ресурсов профессионального роста на основе овладения методами организации антикризисных коммуникаций в сети Интернет (ИУК-6.1.);</li> <li>- методикой организации процесса саморазвития в сфере планирования и организации антикризисных коммуникаций в сети Интернет (ИУК-6.4)</li> </ul>		
<p><b>ПКС-2</b> Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>ИПКС-2.1</b> Разрабатывает коммуникационную стратегию продвижения для эффективного решения бизнес – задач</p> <p><b>ИПКС-2.2</b> Разрабатывает комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p><b>ИПКС-2.3</b> Осуществляет мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы, приемы и методы разработки стратегии антикризисных коммуникаций в сети Интернет (ИПКС-2.1)</li> <li>- технологию создания плана антикризисных коммуникаций в процессе Интернет – продвижения проекта (ИПКС-2.2)</li> <li>- принципы и методы проведения анализа эффективности стратегии антикризисных коммуникаций в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.3)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать стратегию реализации плана антикризисных коммуникаций в сети Интернет (ИПКС-2.1)</li> <li>- создавать план антикризисных коммуникаций в процессе Интернет – продвижения проекта (ИПКС-2.2)</li> <li>- определять принципы и методы проведения анализа эффективности стратегии антикризисных коммуникаций в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.3)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки стратегии антикризисных ком-</li> </ul>	<p>06.043 К/03.7</p>	<p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составление заданий для формирования договоров на продвижение;</li> <li>- анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- корректировка деятельности сотрудников;</li> <li>- определение ключевых показателей эффективности продвижения.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика;</li> <li>- планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии;</li> <li>- распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения;</li> <li>- разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию.</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- методы управления проектами;</li> </ul>

		<p>муникаций в сети Интернет (ИПКС-2.1)</p> <p>- технологией создания плана антикризисных коммуникаций в процессе Интернет – продвижения проекта (ИПКС-2.2)</p> <p>- навыками проведения анализа эффективности стратегии антикризисных коммуникаций в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.3)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- функционирование поисковых машин;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> <li>- основы бюджетирования маркетинговой деятельности;</li> <li>- система инструментов интернет-маркетинга;</li> <li>- основы веб-дизайна;</li> <li>- основы гипертекстовой разметки;</li> <li>- порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин;</li> <li>- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>- особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем;</li> <li>- особенности функционирования социальных медиа.</li> </ul> <p>06.043 К/05.7</p> <p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявление расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- определение причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта;</li> <li>- планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- выдавать задания по реализации стратегии продвижения;</li> <li>- контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p>
--	--	---	---

				<ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- управление проектами;</li> <li>- управление персоналом;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика)</li> </ul>
РПД «Интернет-коммуникации в системе антикризисного управления» (Б1.В.ДВ.3.2)				
<p><b>УК-6</b> Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p><b>ИУК-6.1.</b> Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), целесообразно их использует для успешного выполнения порученного задания.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы оценивания ресурсов профессионального роста на основе овладения методами реализации антикризисного управления с использованием сети Интернет (ИУК-6.1.);</li> <li>- методику саморазвития в сфере планирования и организации интернет-коммуникаций в процессе антикризисного управления (ИУК-6.4).</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать ресурсы профессионального роста на основе овладения методами реализации антикризисного управления с использованием сети Интернет (ИУК-6.1.);</li> <li>- определять методику саморазвития в сфере планирования и организации интернет-коммуникаций в процессе антикризисного управления (ИУК-6.4).</li> </ul>		
	<p><b>ИУК-6.4.</b> Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, с учётом накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития.</p>	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками оценивания ресурсов профессионального роста на основе овладения методами реализации антикризисного управления с использованием сети Интернет (ИУК-6.1.);</li> <li>- методикой саморазвития в сфере планирования и организации интернет-коммуникаций в процессе антикризисного управления (ИУК-6.4)</li> </ul>		
<p><b>ПКС-2</b> Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>ИПКС-2.1</b> Разрабатывает коммуникационную стратегию продвижения для эффективного решения бизнес – задач</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы, приемы и методы разработки стратегии антикризисного управления с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.1)</li> </ul>	06.043 К/03.7	<p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составление заданий для формирования договоров на продвижение;</li> <li>- анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- корректировка деятельности сотрудников;</li> <li>- определение ключевых показателей эффективности продвижения.</li> </ul>
	<p><b>ИПКС-2.2</b> Разрабатывает комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы создания плана антикризисного управления при реализации Интернет- стратегии продвижения компании (ИПКС-2.2)</li> <li>- принципы и методы проведения анализа эффективно-</li> </ul>		

	<p>«Интернет»</p> <p><b>ИПКС-2.3</b> Осуществляет мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии</p>	<p>сти реализации стратегии интернет-коммуникаций в процессе антикризисного управления (ИПКС-2.3)</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать стратегию антикризисного управления с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.1) - принципы создания плана антикризисного управления при реализации Интернет- стратегии продвижения компании (ИПКС-2.2)</li> <li>- определять принципы и методы проведения анализа эффективности реализации стратегии интернет-коммуникаций в процессе антикризисного управления (ИПКС-2.3)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологией разработки стратегии антикризисного управления с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.1)</li> <li>- принципы создания плана антикризисного управления при реализации Интернет- стратегии продвижения компании (ИПКС-2.2)</li> <li>- технологией проведения анализа эффективности реализации стратегии интернет-коммуникаций в процессе антикризисного управления (ИПКС-2.3)</li> </ul>	<p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика;</li> <li>- планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии;</li> <li>- распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения;</li> <li>- разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию.</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- методы управления проектами;</li> <li>- функционирование поисковых машин;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> <li>- основы бюджетирования маркетинговой деятельности;</li> <li>- система инструментов интернет-маркетинга;</li> <li>- основы веб-дизайна;</li> <li>- основы гипертекстовой разметки;</li> <li>- порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин;</li> <li>- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>- особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем;</li> <li>- особенности функционирования социальных медиа.</li> </ul> <p>06.043 К/05.7</p> <p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявление расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- определение причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p>
--	--	--	--

				<ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта;</li> <li>- планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- выдавать задания по реализации стратегии продвижения;</li> <li>- контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- управление проектами;</li> <li>- управление персоналом;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> </ul>
--	--	--	--	---

РПД «Научно-исследовательская работа» (Б.2. П.1)

<b>ОПК-1</b> Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией рекламы	<b>ИОПК–1.1.</b> Определяет и анализирует особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов.	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- этапы и принципы производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ИОПК-1.1)</li> <li>- принципы планирования, организации и координации процесса создания востребованных индустрией рекламы</li> </ul>		
---	--	---	--	--

<p>стрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p><b>ИОПК-1.2.</b> Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p>	<p>и связей с общественностью коммуникационных продуктов (ИОПК-1.2)  <b>Уметь:</b>  - определять этапы и принципы производства медиатекстов, и(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ИОПК-1.1)  - управлять процессом планирования, организации и координации создания востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов (ИОПК-1.2)  <b>Владеть:</b>  - навыками анализа этапов создания медиатекстов, и(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ИОПК-1.1)  - навыками управления процессом планирования, организации и координации производства востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов (ИОПК-1.2)</p>		
<p><b>ОПК-2</b> Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p><b>ИОПК-2.1</b> Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов</p> <p><b>ИОПК 2.2</b> Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p><b>Знать:</b>  - основные тенденции взаимодействия общественных и государственных институтов (ИОПК-2.1)  - принципы освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ИОПК-2.2)  <b>Уметь:</b>  - определять и анализировать основные тенденции взаимодействия общественных и государственных институтов (ИОПК-2.1)  - определять принципы освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ИОПК-2.2)  <b>Владеть:</b>  - навыками анализа основных тенденций взаимодействия общественных и государственных институтов (ИОПК-2.1)  - навыками определения принципов освещения деятельности общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ИОПК-2.2)</p>		

<p><b>ОПК-3</b> Способен анализировать многообразии достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p><b>ИОПК-3.2</b> Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов</p>	<p><b>Знать:</b> - принципы и методы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой культуры (ИОПК-3.2)</p> <p><b>Уметь:</b> - определять принципы и методы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой культуры (ИОПК-3.2)</p> <p><b>Владеть:</b> - навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой культуры (ИОПК-3.2)</p>		
<p><b>ОПК-4</b> Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p><b>ИОПК-4.2</b> Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке/реализации иных коммуникационных продуктов</p> <p><b>ИОПК-4.3</b> Анализирует и прогнозирует спрос на медиатексты и иные коммуникационные продукты, используя данные социологических исследований о потребностях и интересах общества</p>	<p><b>Знать:</b> - методологию и технологию проведения социологических исследований в PR -сфере (ИОПК-4.2) - методику анализа и прогнозирования спроса на медиатексты и иные коммуникационные продукты, используя данные социологических исследований (ИОПК-4.3)</p> <p><b>Уметь:</b> - анализировать методологию и технологию проведения социологических исследований в PR -сфере (ИОПК-4.2) - анализировать и прогнозировать спрос на медиатексты и иные коммуникационные продукты, используя данные социологических исследований (ИОПК-4.3)</p> <p><b>Владеть:</b> - навыками организации проведения социологических исследований в PR -сфере (ИОПК-4.2) - навыками анализа и прогнозирования спроса на медиатексты и иные коммуникационные продукты, используя данные социологических исследований (ИОПК-4.3)</p>		

<p><b>ОПК-5</b> Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p><b>ИОПК-5.2</b> При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира.</p> <p><b>ИОПК-5.3</b> Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакommunikационной системы, правовых и этических норм регулирования</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- тенденции развития медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях с целью принятия профессиональных решений в сфере рекламы и связей с общественностью (ИОПК-5.2)</li> <li>- технологию разработки коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования и правового регулирования конкретной медиакommunikационной системы (ИОПК-5.3)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать тенденции развития медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях с целью принятия профессиональных решений в сфере рекламы и связей с общественностью (ИОПК-5.2)</li> <li>- оценивать технологию разработки коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования и правового регулирования конкретной медиакommunikационной системы (ИОПК-5.3)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками определения тенденций развития медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях с целью принятия профессиональных решений в сфере рекламы и связей с общественностью (ИОПК-5.2)</li> <li>- технологией разработки коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования и правового регулирования конкретной медиакommunikационной системы (ИОПК-5.3)</li> </ul>		
<p><b>ОПК-6</b> Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p><b>ИОПК-6.1</b> Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в процессе медиапроизводства (ИОПК-6.1)</li> <li>- современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение (ИОПК-6.2)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p>		

	<p><b>ИОПК-6.2</b> Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определять принципы использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в процессе медиапроизводства (ИОПК-6.1)</li> <li>- анализировать современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение (ИОПК-6.2)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в процессе медиапроизводства (ИОПК-6.1)</li> <li>- навыками анализа современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения (ИОПК-6.2)</li> </ul>		
<p><b>ОПК-7</b> Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p><b>ИОПК-7.1</b> Учитывает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности</p> <p><b>ИОПК-7.3</b> Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, принципы социальной ответственности (ИОПК-7.1)</li> <li>- технологию разработки и реализации коммуникационного продукта с учетом принципов социальной ответственности (ИОПК-7.3)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, принципы социальной ответственности (ИОПК-7.1)</li> <li>- разрабатывать коммуникационный продукт с учетом принципов социальной ответственности (ИОПК-7.3)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками анализа закономерностей формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, принципов реализации социальной ответственности (ИОПК-7.1)</li> <li>- технологией разработки и реализации коммуникационного продукта с учетом принципов социальной ответственности (ИОПК-7.3)</li> </ul>		
<p><b>УК-3</b> Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения по-</p>	<p><b>ИУК-3.1.</b> Вырабатывает стратегию командной работы и на ее основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- стратегии командной работы (ИУК-3.1)</li> <li>- методики разрешения конфликтов и принципы делового общения (ИУК-3.3)</li> <li>- методики организации дискуссий по заданной теме (ИУК-3.4)</li> </ul>		

ставленной цели	<b>ИУК-3.3.</b> Разрешает конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон	<b>Уметь:</b> - вырабатывать стратегии командной работы (ИУК-3.1) - разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон (ИУК-3.3) - организовывать дискуссии по заданной теме (ИУК-3.4) <b>Владеть:</b> - навыками разработки стратегии командной работы (ИУК-3.1) - навыками разрешения конфликтов и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон (ИУК-3.3) - навыками организации дискуссий по заданной теме (ИУК-3.4)		
<b>РПД «Профессионально-творческая практика» (Б2.П.2)</b>				
<b>УК-2</b> Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	<b>ИУК-2.1.</b> Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления.	<b>Знать:</b> - принципы решения проблемных задач в процессе реализации проектного управления (ИУК-2.1) - технологии разработки концепции PR - проектов в рамках обозначенной проблемы (ИУК-2.2.) - принципы планирования, реализации и оценки качества PR - проекта, с учетом возможных рисков (ИУК-2.3) - технологию определения инфраструктурных условий для внедрения результатов PR - проекта (ИУК-2.5) <b>Уметь:</b> - анализировать принципы решения проблемных задач в процессе реализации проектного управления (ИУК-2.1) - определять технологии разработки концепции PR - проектов в рамках обозначенной проблемы (ИУК-2.2.) - определять принципы планирования, реализации и оценки качества PR - проекта, с учетом возможных рисков (ИУК-2.3) - определять инфраструктурные условия для внедрения результатов PR - проекта (ИУК-2.5) <b>Владеть:</b> - навыками решения проблемных задач в процессе реализации проектного управления (ИУК-2.1) - технологией разработки концепции PR - проектов в рамках обозначенной проблемы (ИУК-2.2.) - навыками планирования, реализации и оценки качества PR - проекта, с учетом возможных рисков (ИУК-2.3)		
	<b>ИУК-2.2.</b> Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения.			
	<b>ИУК-2.3.</b> Разрабатывает план реализации проекта с учетом возможных рисков реализации и возможностей их устранения, планирует необходимые ресурсы, в том числе с учетом их заменяемости.			
	<b>ИУК-2.5.</b> Предлагает процедуры и механизмы оценки качества проекта, инфраструктурные условия для внедрения результатов проекта.			

		- технологией определения инфраструктурных условий для внедрения результатов PR - проекта (ИУК-2.5)		
<b>ПКС-1</b> Способен проводить переговоры с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<b>ИПКС-1.1</b> Составляет PR-бриф как концептуальную и креативную основу коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика	<b>Знать:</b> - методику составления PR-брифа как концептуальной и креативной основы коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика (ИПКС-1.1) - современные технологии продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-1.2) - принципы эффективной устной и письменной коммуникации, методы проведения деловых переговоров (ИПКС-1.3) <b>Уметь:</b> - разрабатывать PR-бриф как концептуальную и креативную основу коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика (ИПКС-1.1) - разрабатывать технологии продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с учетом ожиданий заказчика (ИПКС-1.2) - осуществлять эффективную коммуникацию с заказчиком в соответствии с принципами ведения деловых переговоров (ИПКС-1.3) <b>Владеть:</b> - навыками составления PR-брифа как концептуальной и креативной основы коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика (ИПКС-1.1) - навыками разработки современных технологий продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с учетом ожиданий заказчика (ИПКС-1.2) - навыками эффективной устной и письменной коммуникации, технологией проведения деловых переговоров (ИПКС-1.3)	06.043 К/01.7	<u>Трудовые действия:</u> - проведение переговоров с целью выявления объема продвижения и ожидаемых от продвижения результатов; - определение целей продвижения; - согласование договора на реализацию стратегии продвижения. <u>Трудовые умения:</u> - анализировать получаемую от заказчика информацию и выявлять его ожидания и требования; - разрабатывать стратегию продвижения в соответствии с требованиями и ожиданиями заказчика; - разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию; - проводить переговоры. <u>Трудовые знания:</u> - основы предпринимательской деятельности; - основы маркетинга; - принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика); - основы эффективной устной и письменной коммуникации; - основы анализа хозяйственной деятельности; - методы проведения деловых переговоров; - основы гражданского права; - основы налогообложения; - основы поисковой оптимизации; - основы работы с социальными медиа; - основы проведения контекстно-медийных рекламных кампаний; - основы баннерной рекламы.
	<b>ИПКС-1.2</b> Использует в профессиональной деятельности современные технологии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»			
	<b>ИПКС-1.3</b> Выстраивает эффективную коммуникацию с заказчиком по программе реализации коммуникационного продукта			
РПД «Практика по получению профессиональных умений и опыта в проектно-аналитической деятельности» (Б2.П.3)				
<b>ПКС-2</b> Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта	<b>ИПКС-2.1</b> Разрабатывает коммуникационную стратегию продвижения для эффективного решения бизнес – задач	<b>Знать:</b> - коммуникационные стратегии продвижения для эффективного решения бизнес – задач (ИПКС-2.1) - технологию разработки комплексного плана марке-	06.043 К/03.7	<u>Трудовые действия:</u> - составление заданий для формирования договоров на продвижение; - анализ работы сотрудников по реализации страте-

<p>в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>ИПКС-2.2</b> Разрабатывает комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p><b>ИПКС-2.3</b> Осуществляет мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии</p>	<p>тинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.2)</p> <p>- методику мониторинга процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- разрабатывать коммуникационные стратегии продвижения для эффективного решения бизнес – задач (ИПКС-2.1)</p> <p>- разрабатывать комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.2)</p> <p>- проводить мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыками разработки коммуникационных стратегий продвижения для эффективного решения бизнес – задач (ИПКС-2.1)</p> <p>- навыками разработки комплексного плана маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.2)</p> <p>- навыками мониторинга процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)</p>	<p>гии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</p> <p>- корректировка деятельности сотрудников;</p> <p>- определение ключевых показателей эффективности продвижения.</p> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <p>- взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика;</p> <p>- планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии;</p> <p>- распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения;</p> <p>- разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию.</p> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <p>- основы менеджмента;</p> <p>- методы управления проектами;</p> <p>- функционирование поисковых машин;</p> <p>- основы предпринимательской деятельности;</p> <p>- основы маркетинга;</p> <p>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</p> <p>- основы бюджетирования маркетинговой деятельности;</p> <p>- система инструментов интернет-маркетинга;</p> <p>- основы веб-дизайна;</p> <p>- основы гипертекстовой разметки;</p> <p>- порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин;</p> <p>- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</p> <p>- особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем;</p> <p>- особенности функционирования социальных медиа.</p> <p>06.043 К/05.7</p> <p><u>Трудовые действия:</u></p> <p>- выявление расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</p> <p>- определение причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями</p>
---	--	---	---

				<p>показателей эффективности продвижения;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта;</li> <li>- планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- выдавать задания по реализации стратегии продвижения;</li> <li>- контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- управление проектами;</li> <li>- управление персоналом;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика)</li> </ul>
<p><b>ПКС-3</b> Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p><b>ИПКС-3.1</b> Формулирует концепцию научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью с целью разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-3.1)</li> <li>- методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа-исследований (ИПКС-3.2)</li> <li>- технологии интерпретации данных, полученных при проведении научного исследования, основы прогнозирования развития коммуникационной сферы (ИПКС-3.3)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обосновывать принципы научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; стратегии продвижения проекта в информационно-</li> </ul>	<p>06.043 К/03.7</p>	<p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составление заданий для формирования договоров на продвижение;</li> <li>- анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- корректировка деятельности сотрудников;</li> <li>- определение ключевых показателей эффективности продвижения.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика;</li> <li>- планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии;</li> <li>- распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения;</li> </ul>
	<p><b>ИПКС-3.2</b> Применяет методы количественного и качественного анализа информационного поля, проводит медиа-исследования в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта</p>			
	<p><b>ИПКС-3.3</b> Получает, интерпретирует</p>			

	<p>тирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции развития коммуникационной сферы</p>	<p>телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-3.1)  - определять методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа-исследований (ИПКС-3.2)  - обрабатывать и интерпретировать данные, полученные при проведении научного исследования, применять принципы прогнозирования развития коммуникационной сферы (ИПКС-3.3)  <b>Владеть:</b>  - технологией проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-3.1)  - методами проведения количественного и качественного анализа информационного поля, технологиями проведения медиа-исследований (ИПКС-3.2)  - технологиями интерпретации данных, полученных при проведении научного исследования, прогнозирования развития коммуникационной сферы (ИПКС-3.3)</p>	<p>- разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию.  <b>Трудовые знания:</b>  - основы менеджмента;  - методы управления проектами;  - функционирование поисковых машин;  - основы предпринимательской деятельности;  - основы маркетинга;  - принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);  - основы бюджетирования маркетинговой деятельности;  - система инструментов интернет-маркетинга;  - основы веб-дизайна;  - основы гипертекстовой разметки;  - порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин;  - основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;  - особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем;  - особенности функционирования социальных медиа.</p>
<p><b>УК-1</b> Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p>	<p><b>ИУК-1.1.</b> Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя её составляющие и связи между ними.  <b>ИУК-1.3.</b> Критически оценивает надёжность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников.  <b>ИУК-1.4.</b> Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов.</p>	<p><b>Знать:</b>  - методы анализа проблемной ситуации, выявляя её составляющие и связи между ними (ИУК-1.1)  - методы оценки надёжности источников информации (ИУК-1.3)  - принципы аргументации стратегии решения проблемных ситуаций на основе системного и междисциплинарного подходов (ИУК-1.4)  <b>Уметь:</b>  - анализировать проблемную ситуацию, выявляя её составляющие и связи между ними (ИУК-1.1)  - определять методы оценки надёжности источников информации (ИУК-1.3)  - аргументированно анализировать стратегию решения проблемных ситуаций на основе системного и междисциплинарного подходов (ИУК-1.4)  <b>Владеть:</b>  - навыками системного анализа проблемной ситуации</p>	

		(ИУК-1.1) - навыками проведения оценки надёжности источников информации (ИУК-1.3) - навыками аргументированного подхода к разработке стратегии решения проблемных ситуаций на основе системного и междисциплинарного подходов (ИУК-1.4)		
<b>УК-6</b> Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	<b>ИУК-6.2.</b> Определяет приоритеты профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям.	<b>Знать:</b> - приоритеты профессионального роста и технологии профессионального саморазвития (ИУК-6.2); - критерии профессионального роста с учетом профессионального опыта и требований рынка труда (ИУК-6.4). <b>Уметь:</b> - расставлять приоритеты профессионального роста и применять технологии профессионального саморазвития (ИУК-6.2); - определять критерии профессионального роста с учетом профессионального опыта и требований рынка труда (ИУК-6.4). <b>Владеть:</b> - технологиями профессионального роста на основе критериев профессионального саморазвития (ИУК-6.2); - навыками определения критериев профессионального роста с учетом профессионального опыта и требований рынка труда (ИУК-6.4)		
	<b>ИУК-6.4.</b> Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, с учётом накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда и стратегии личного развития.			
РПД «Преддипломная практика» (Б2.П.4)				
<b>ПКС-1</b> Способен проводить переговоры с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<b>ИПКС-1.1</b> Составляет PR-бриф как концептуальную и креативную основу коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика	<b>Знать:</b> - методику составления PR-брифа как концептуальной и креативной основы коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика (ИПКС-1.1) - современные технологии продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-1.2) - принципы эффективной устной и письменной коммуникации, методы проведения деловых переговоров (ИПКС-1.3) <b>Уметь:</b> - разрабатывать PR-бриф как концептуальную и креативную основу коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика (ИПКС-1.1) - разрабатывать технологии продвижения коммуникационного продукта в информационно-	06.043 К/01.7	<u>Трудовые действия:</u> - проведение переговоров с целью выявления объекта продвижения и ожидаемых от продвижения результатов; - определение целей продвижения; - согласование договора на реализацию стратегии продвижения. <u>Трудовые умения:</u> - анализировать получаемую от заказчика информацию и выявлять его ожидания и требования; - разрабатывать стратегию продвижения в соответствии с требованиями и ожиданиями заказчика; - разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию; - проводить переговоры.
	<b>ИПКС-1.2</b> Использует в профессиональной деятельности современные технологии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»			
	<b>ИПКС-1.3</b> Выстраивает эффективную коммуникацию с заказчиком по программе реализации коммуникационного продукта			

		<p>телекоммуникационной сети «Интернет» с учетом ожиданий заказчика (ИПКС-1.2)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять эффективную коммуникацию с заказчиком в соответствии с принципами ведения деловых переговоров (ИПКС-1.3)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками составления PR-брифа как концептуальной и креативной основы коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика (ИПКС-1.1)</li> <li>- навыками разработки современных технологий продвижения коммуникационного продукта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с учетом ожиданий заказчика (ИПКС-1.2)</li> <li>- навыками эффективной устной и письменной коммуникации, технологией проведения деловых переговоров (ИПКС-1.3)</li> </ul>		<p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> <li>- основы эффективной устной и письменной коммуникации;</li> <li>- основы анализа хозяйственной деятельности;</li> <li>- методы проведения деловых переговоров;</li> <li>- основы гражданского права;</li> <li>- основы налогообложения;</li> <li>- основы поисковой оптимизации;</li> <li>- основы работы с социальными медиа;</li> <li>- основы проведения контекстно-медийных рекламных кампаний;</li> <li>- основы баннерной рекламы.</li> </ul>
<p><b>ПКС-2</b> Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>ИПКС-2.1</b> Разрабатывает коммуникационную стратегию продвижения для эффективного решения бизнес – задач</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- коммуникационные стратегии продвижения для эффективного решения бизнес – задач (ИПКС-2.1)</li> <li>- технологию разработки комплексного плана маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.2)</li> <li>- методику мониторинга процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать коммуникационные стратегии продвижения для эффективного решения бизнес – задач (ИПКС-2.1)</li> <li>- разрабатывать комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.2)</li> <li>- проводить мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки коммуникационных стратегий продвижения для эффективного решения бизнес – задач (ИПКС-2.1)</li> </ul>	<p>06.043 К/03.7</p>	<p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составление заданий для формирования договоров на продвижение;</li> <li>- анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- корректировка деятельности сотрудников;</li> <li>- определение ключевых показателей эффективности продвижения.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика;</li> <li>- планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии;</li> <li>- распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения;</li> <li>- разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию.</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- методы управления проектами;</li> <li>- функционирование поисковых машин;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- основы маркетинга;</li> </ul>
	<p><b>ИПКС-2.2</b> Разрабатывает комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>			
	<p><b>ИПКС-2.3</b> Осуществляет мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии</p>			

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки комплексного плана маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-2.2)</li> <li>- навыками мониторинга процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии (ИПКС-2.3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> <li>- основы бюджетирования маркетинговой деятельности;</li> <li>- система инструментов интернет-маркетинга;</li> <li>- основы веб-дизайна;</li> <li>- основы гипертекстовой разметки;</li> <li>- порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин;</li> <li>- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>- особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем;</li> <li>- особенности функционирования социальных медиа.</li> </ul>
			<p>06.043 К/05.7</p> <p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявление расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- определение причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;</li> <li>- внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта;</li> <li>- планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- выдавать задания по реализации стратегии продвижения;</li> <li>- контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- управление проектами;</li> <li>- управление персоналом;</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- - основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> </ul>
<p><b>ПКС-3</b> Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p><b>ИПКС-3.1</b> Формулирует концепцию научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью с целью разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-3.1)</li> <li>- методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа-исследований (ИПКС-3.2)</li> <li>- технологии интерпретации данных, полученных при проведении научного исследования, основы прогнозирования развития коммуникационной сферы (ИПКС-3.3)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обосновывать принципы научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-3.1)</li> <li>- определять методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа-исследований (ИПКС-3.2)</li> <li>- обрабатывать и интерпретировать данные, полученные при проведении научного исследования, применять принципы прогнозирования развития коммуникационной сферы (ИПКС-3.3)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологией проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-3.1)</li> <li>- методами проведения количественного и качественного анализа информационного поля, технологиями проведения медиа-исследований (ИПКС-3.2)</li> <li>- технологиями интерпретации данных, полученных при проведении научного исследования, прогнозирования развития коммуникационной сферы (ИПКС-3.3)</li> </ul>	<p>06.043 К/03.7</p>	<p><u>Трудовые действия:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составление заданий для формирования договоров на продвижение;</li> <li>- анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- корректировка деятельности сотрудников;</li> <li>- определение ключевых показателей эффективности продвижения.</li> </ul> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика;</li> <li>- планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии;</li> <li>- распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения;</li> <li>- разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию.</li> </ul> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы менеджмента;</li> <li>- методы управления проектами;</li> <li>- функционирование поисковых машин;</li> <li>- основы предпринимательской деятельности;</li> <li>- - основы маркетинга;</li> <li>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> <li>- основы бюджетирования маркетинговой деятельности;</li> <li>- система инструментов интернет-маркетинга;</li> <li>- основы веб-дизайна;</li> <li>- основы гипертекстовой разметки;</li> <li>- порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин;</li> </ul>
	<p><b>ИПКС-3.2</b> Применяет методы количественного и качественного анализа информационного поля, проводит медиа- исследование в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта</p>			
	<p><b>ИПКС-3.3</b> Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции развития коммуникационной сферы</p>			

				<ul style="list-style-type: none"> <li>- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>- особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем;</li> <li>- особенности функционирования социальных медиа.</li> </ul>
<p><b>УК-4</b> Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p><b>ИУК-4.1.</b> Устанавливает контакты и организует общение в соответствии с потребностями совместной деятельности, используя современные коммуникационные технологии.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современные коммуникационные технологии (ИУК-4.1)</li> <li>- технологию составления деловой документации для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языке (ИУК-4.2, ИУК-4.3)</li> <li>- методику организации обсуждения результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском языке в определенном формате (ИУК-4.4)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать в практической деятельности современные коммуникационные технологии (ИУК-4.1)</li> <li>- составлять документацию для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языке (ИУК-4.2, ИУК-4.3)</li> <li>- организовывать обсуждения результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском языке в определенном формате (ИУК-4.4)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современными коммуникационными технологиями (ИУК-4.1)</li> <li>- навыками составления деловой документации для академических и профессиональных целей на русском и иностранном языке (ИУК-4.2, ИУК-4.3)</li> <li>- навыками организации обсуждения результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском языке в определенном формате (ИУК-4.4)</li> </ul>		
	<p><b>ИУК-4.2.</b> Составляет в соответствии с нормами русского языка деловую документацию разных жанров.</p>			
	<p><b>ИУК-4.3.</b> Составляет типовую деловую документацию для академических и профессиональных целей на иностранном языке. Составляет академические и (или) профессиональные тексты на иностранном языке.</p>			
	<p><b>ИУК-4.4.</b> Организует обсуждение результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском языке, выбирая подходящий формат.</p>			
РПД «Социальное партнерство» (ФТД.1)				
<p><b>УК-1</b> Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на ос-</p>	<p><b>ИУК-1.1.</b> Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя её составляющие и связи между ними.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологию анализа информации для поиска комплексного решения проблемной ситуации в сфере социального партнерства (ИУК-1.1)</li> </ul>		

<p>нове системного подхода, выработать стратегию действий</p>	<p><b>ИУК-1.2.</b> Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению.</p> <p><b>ИУК-1.4.</b> Разрабатывает и поддерживает аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов.</p>	<p>- технологию верификации профессиональной информации (ИУК-1.2);</p> <p>- принципы разработки коммуникационной стратегии в сфере межсекторного партнерства (ИУК-1.4.);</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- применять технологию анализа информации для поиска комплексного решения проблемной ситуации в сфере социального партнерства (ИУК-1.1.);</p> <p>- использовать технологию верификации профессиональной информации (ИУК-1.2);</p> <p>- использовать принципы разработки коммуникационной стратегии в сфере межсекторного партнерства (ИУК-1.4.);</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>- навыками применения технологии анализа информации для поиска комплексного решения проблемной ситуации в сфере социального партнерства (ИУК-1.1);</p> <p>- технологией верификации профессиональной информации (ИУК-1.2);</p> <p>- навыками использования принципов разработки коммуникационной стратегии в сфере межсекторного партнерства (ИУК-1.4.)</p>		
<p><b>ПКС-1</b> Способен проводить переговоры с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>ИПКС-1.1</b> Составляет PR-бриф как концептуальную и креативную основу коммуникативной стратегии продвижения проекта заказчика</p> <p><b>ИПКС-1.2</b> Использует в профессиональной деятельности современные технологии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p><b>ИПКС-1.3</b> Выстраивает эффективную коммуникацию с заказчиком по программе реализации коммуникационного продукта</p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>- принципы организации эффективной коммуникации в сфере межсекторного партнерства по вопросам формирования и продвижения коммуникационного продукта (ИПКС-1.1);</p> <p>- современные технологии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-1.2)</p> <p>- коммуникативные Интернет-стратегии в сфере межсекторного партнерства (ИПКС-1.3.)</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>- организовывать эффективную коммуникацию в сфере межсекторного партнерства по вопросам формирования и продвижения коммуникационного продукта (ИПКС-1.1);</p> <p>- использовать в практической деятельности современные технологии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-1.2);</p> <p>- разрабатывать и реализовывать коммуникативные Интернет-стратегии в сфере межсекторного партнерства (ИПКС-1.3.)</p>	<p>06.043 К/01.7</p>	<p><u>Трудовые действия:</u></p> <p>- проведение переговоров с целью выявления объекта продвижения и ожидаемых от продвижения результатов;</p> <p>- определение целей продвижения;</p> <p>- согласование договора на реализацию стратегии продвижения.</p> <p><u>Трудовые умения:</u></p> <p>- анализировать получаемую от заказчика информацию и выявлять его ожидания и требования;</p> <p>- разрабатывать стратегию продвижения в соответствии с требованиями и ожиданиями заказчика;</p> <p>- разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию;</p> <p>- проводить переговоры.</p> <p><u>Трудовые знания:</u></p> <p>- основы предпринимательской деятельности;</p> <p>- основы маркетинга;</p> <p>- принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в ин-</p>

		<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации эффективной коммуникации в сфере межсекторного партнерства по вопросам формирования и продвижения коммуникационного продукта (ИПКС-1.1);</li> <li>- навыками использования современных технологий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ИПКС-1.2);</li> <li>- навыками разработки коммуникативных Интернет-стратегий в сфере межсекторного партнерства (ИПКС-1.3.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>формационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика);</li> <li>- основы эффективной устной и письменной коммуникации;</li> <li>- основы анализа хозяйственной деятельности;</li> <li>- методы проведения деловых переговоров;</li> <li>- основы гражданского права;</li> <li>- основы налогообложения;</li> <li>- основы поисковой оптимизации;</li> <li>- основы работы с социальными медиа;</li> <li>- основы проведения контекстно-медийных рекламных кампаний;</li> <li>- основы баннерной рекламы.</li> </ul>
--	--	--	---

Данные по профессиональным стандартам ОП ВО:

1. Шифр и наименование профессионального стандарта (ПС) – **06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»**
2. Код и наименование обобщенной трудовой функции (ОТФ) – **К/ Стратегическое планирование интернет- кампаний**  
Код и наименование трудовой функции (ТФ) - **К/01.7 Проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**  
Код и наименование трудовой функции (ТФ) - **К/03.7 Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**  
Код и наименование трудовой функции (ТФ) - **К/05.7 Контроль реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**