

Паспорт и программа формирования компетенции

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Профиль «Реклама и связи с общественностью»

1. Паспорт компетенции

1.1. Формулировка компетенции

Выпускник, освоивший основную профессиональную образовательную программу, должен обладать компетенцией:

ОПК-5	способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
--------------	---

1.2. Место компетенции в совокупном ожидаемом результате обучения

Компетенция относится к блоку общепрофессиональных компетенций и является обязательной для всех выпускников в соответствии с требованиями ОПОП.

1.3. Структура компетенции

Структура компетенции в терминах «знать», «уметь», «владеть»

знать

- основные направления коммуникационной деятельности, сущность, структуру и технологические особенности коммуникационного процесса в различных сферах;
- формы и виды регуляции отношений в деятельности СМИ; соотношение профессиональных факторов и факторов групп интересов в реальной деятельности информационных органов;
- тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм;
- понятие и различные подходы в области коммуникации, механизм реализации коммуникаций;
- понятия "общение" и "деловое и межличностное общение", структурой, функциями, видами и формами делового общения; технологии делового взаимодействия; правила межличностного общения;
- предмет, методы, специфику политологии как науки;
- место политологии в системе наук;
- основные этапы становления политической мысли;
- основные направления и школы в современной политологической мысли;
- роль и значение политических знаний и действий в формировании политической культуры современного информационного общества;
- политологические концепции форм власти и ее роли в политической жизни;
- содержание понятий «политика», «политическая власть», «политическая система общества»;
- классификацию политических систем;
- сущность гражданского общества;
- соотношение гражданского общества и политической власти;
- классификацию политических партий и партийных систем;
- тенденции современного общественно-политического развития;
- особенности мирового политического процесса;
- национально-государственные интересы России в новой геополитической обстановке;
- основные понятия курса и уметь ими оперировать; правовые аспекты регулирования

рекламно-информационной деятельности;

- иметь представление об основных нормативных актах, регулирующих отношения, возникающие в сфере рекламно-информационной деятельности и защите прав потребителей;
- о субъектах рекламно-информационной деятельности и об их правосубъектности; традиции и новации в изучении правового регулирования рекламно-информационной деятельности;
- основные виды законодательных источников по изучаемой теме;
- о специфике отечественного и зарубежного опыта правового регулирования рекламно-информационной деятельности;
- основные правовые нормы, касающиеся практики рекламно-информационных отношений;
- процесс общественного производства, основные фазы воспроизводства; определение понятия «рынок», причины его возникновения, законы, условия равновесия; смысл понятия «конкуренция», различать основные ее виды;
- функционирование отдельных экономических субъектов;
- содержание предмета макроэкономики, уметь рассчитывать основные макроэкономические показатели; понятие «экономический цикл», его основные виды и фазы; особенности формирования денежно-кредитной системы и структуру государственного бюджета;
- предмет и основные понятия этики;
- особенности профессиональной этики;
- этические нормы регулирования медиакommunikационных систем;
- общие профессиональные принципы этики связей с общественностью;
- основные принципы рекламной деятельности;
- формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах исследовательской работы;
- виды методов исследования, специфику их применения;
- требования к подготовке индивидуального отчета о практической деятельности;
- формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах работы;
- основы деловых коммуникаций и профессионального взаимодействия в профессиональной деятельности, рекламные технологии;
- основные виды и характеристику направлений деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью;
- технологии и инструменты рекламы и связей с общественностью, направленные на продвижение организации и взаимодействие с общественностью;
- актуальные профессиональные задачи в области научно - исследовательской и практической деятельности в соответствии с профилем подготовки и соответствующие научно - практические методы их решения;

уметь

- осуществлять профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом коммуникационных процессов, проводить отдельные социологические исследования массовой коммуникации;
- учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;
- находить эффективные способы оптимизации процесса коммуникации, применять полученные знания на практике, преодолевать коммуникативные барьеры;
- правильно оценивать интересы различных субъектов коммуникативного процесса, вести деловое общение, межличностное взаимодействие, использовать технологии делового взаимодействия в управленческой практике;
- охарактеризовать ключевые идеи становления политической науки;
- анализировать соотношение политики с другими сферами общественной жизни: экономикой, правом, моралью, религией, идеологией, искусством;
- соотносить политическую систему и политический режим;
- анализировать становление гражданского общества в России;

- анализировать специфику многопартийности в России и за рубежом;
- формулировать и аргументировать собственную позицию по политическим и мировоззренческим вопросам;
- анализировать современные проблемы международной политики;
- анализировать содержание рекламно-информационных материалов с точки зрения их соответствия действующему законодательству;
- анализировать ситуации и применять полученные знания на практике; самостоятельно анализировать нормативно-правовые документы;
- грамотно составлять предпринимательские договоры, направленные на реализацию товаров и способствующих продвижению товаров на рынке;
- использовать систему знаний о принципах рекламно-информационной деятельности; анализировать состояние правовой системы рекламы и её отдельных звеньев;
- решать на примере конкретных ситуаций вопросы оценки эффективности правового регулирования рекламно-информационной деятельности;
- определять возможные пути решения современных проблем в области рекламно-информационной деятельности на базе имеющегося многовекового опыта;
- пользоваться на практике основными экономическими понятиями и законами;
- руководствоваться морально-этическими нормами и правилами профессиональной в деятельности;
- регулировать профессиональную деятельность на основе кодексов профессионального поведения;
- реализовывать профессионально-этические принципы в практической деятельности;
- учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности следуя, принципам социальной ответственности;
- учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из этических норм;
- составлять и обсуждать с научным руководителем план дипломной работы, выделять проблемные моменты;
- составлять программу эмпирического исследования с обоснованием методологического аппарата;
- обосновать и представлять индивидуальный отчет на заключительной конференции по практике;
- составлять и обсуждать с руководителем план практической деятельности, выделять проблемные моменты;
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности;
- анализировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в конкретной организации под руководством специалиста;
- применять знания по формированию публичного капитала организации, взаимодействию со СМИ;
- систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных научных и практических задач в профессиональной сфере;

владеть

- навыками и знаниями, необходимыми при выборе и обосновании использования инструментов рекламы и связей с общественностью в определенной ситуации, анализа коммуникационного процесса, определять функционал специалиста по связям с общественностью;
- базовыми теоретическими и практическими знаниями в сфере коммуникационных технологий рекламы и связей с общественностью;
- умениями формировать коммуникативные умения, формировать культуру общения и поведения, приемами организации эффективного общения, основными правилами построения высказываний различных жанров. Правилами организации диалогического взаимодействия;
- навыками устных деловых коммуникаций (публичного выступления, ведения спора, дискуссии, полемики, самопрезентации); составления письменных деловых

- коммуникаций, умениями строить межличностное общение;
- навыками анализа парадигмальных особенностей исторических этапов становления политической мысли;
 - навыками применения законов, принципов, категорий современной политологии для логико-методологического анализа всех видов знаний и социальных явлений;
 - навыками анализа современного этапа развития политической системы России, ее политического режима;
 - навыками самостоятельной систематизации информации о современном состоянии формирования гражданского общества;
 - навыками выработки собственной позиции по отношению к политическим партиям и системам;
 - технологиями приобретения, использования и обновления теоретических знаний по современным международным политическим проблемам;
 - практическими навыками в сфере правового регулирования рекламно-информационной деятельности;
 - навыками подготовки и принятия решений по вопросам организации рекламно-информационной деятельности, обеспечению каналов товародвижения, по маркетинговым коммуникациям;
 - терминологическим правовым аппаратом рекламно-информационной деятельности;
 - навыками самостоятельного анализа и обобщения затронутых проблем;
 - навыками применения на практике в сфере рекламы и связей с общественностью полученных теоретических знаний;
 - базовыми количественными и качественными методами исследования окружающей действительности и обработки полученной информации;
 - способами оценки особенностей происходящих экономических процессов;
 - практическими навыками самостоятельно анализа, критики и оценки своей деятельности и коллектива специалистов сферы связей с общественностью и рекламы с профессионально-этических позиций;
 - навыками использования этических норм в профессиональной деятельности;
 - теоретическими знаниями в области изучаемой проблемы;
 - общими методами построения исследовательской работы;
 - навыками оформления и анализа результатов исследования в законченный вариант;
 - профессиональными знаниями в области ПР-документации, копирайтинга, рекламной коммуникации, делового общения;
 - навыками оформления и анализа результатов практики в законченный вариант;
 - методами прикладных исследований;
 - методикой представления результатов научной и практической деятельности в формах отчетов, рефератов, публикаций и дискуссий;
 - профессиональными навыками для решения научно - исследовательских проблем исследования и умением представления и публичной защиты результатов исследования.

1.4. Планируемые уровни сформированности компетенции

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
1	Пороговый (базовый) уровень (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	???

2	Повышенный (продвинутый) уровень (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	???
3	Высокий (превосходный) уровень (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	???

2. Программа формирования компетенции

2.1. Содержание, формы и методы формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Содержание образования в терминах «знать», «уметь», «владеть»	Формы и методы
1	Введение в коммуникационные специальности	знать: – основные направления коммуникационной деятельности, сущность, структуру и технологические особенности коммуникационного процесса в различных сферах – формы и виды регуляции отношений в деятельности СМИ; - соотношение профессиональных факторов и факторов групп интересов в реальной деятельности информационных органов; тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; - совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм уметь: – осуществлять профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом коммуникационных процессов, проводить отдельные социологические исследования массовой коммуникации – учитывать в профессиональной деятельности тенденции	лекции, практические занятия, экзамен

		развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования владеть: – навыками и знаниями, необходимыми при выборе и обосновании использования инструментов рекламы и связей с общественностью в определенной ситуации, анализа коммуникационного процесса, определять функционал специалиста по связям с общественностью – базовыми теоретическими и практическими знаниями в сфере коммуникационных технологий рекламы и связей с общественностью	
2	Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации	знать: – понятие и различные подходы в области коммуникации, механизм реализации коммуникаций – понятия "общение" и "деловое и межличностное общение", структурой, функциями, видами и формами делового общения; технологии делового взаимодействия; правила межличностного общения уметь: – находить эффективные способы оптимизации процесса коммуникации, применять полученные знания на практике, преодолевать коммуникативные барьеры – правильно оценивать интересы различных субъектов коммуниктивного процесса, вести деловое общение, межличностное взаимодействие, использовать технологии делового взаимодействия в управленческой практике владеть: – умениями формировать коммуникативные умения, формировать культуру общения	лекции, практические занятия, экзамен

		и поведения, приемами организации эффективного общения, основными правилами построения высказываний различных жанров. Правилами организации диалогического взаимодействия – навыками устных деловых коммуникаций (публичного выступления, ведения спора, дискуссии, полемики, самопрезентации); составления письменных деловых коммуникаций, умениями строить межличностное общение	
3	Политология	знать: – предмет, методы, специфику политологии как науки – место политологии в системе наук – основные этапы становления политической мысли – основные направления и школы в современной политологической мысли – роль и значение политических знаний и действий в формировании политической культуры современного информационного общества – политологические концепции форм власти и ее роли в политической жизни – содержание понятий «политика», «политическая власть», «политическая система общества» – классификацию политических систем – сущность гражданского общества – соотношение гражданского общества и политической власти – классификацию политических партий и партийных систем – тенденции современного общественно-политического развития – особенности мирового политического процесса – национально-государственные интересы России в новой геополитической обстановке уметь:	лекции, практические занятия, экзамен

		– охарактеризовать ключевые идеи становления политической науки – анализировать соотношение политики с другими сферами общественной жизни: экономикой, правом, моралью, религией, идеологией, искусством – соотносить политическую систему и политический режим – анализировать становление гражданского общества в России – анализировать специфику многопартийности в России и за рубежом – формулировать и аргументировать собственную позицию по политическим и мировоззренческим вопросам – анализировать современные проблемы международной политики - владеть: – навыками анализа парадигмальных особенностей исторических этапов становления политической мысли – навыками применения законов, принципов, категорий современной политологии для логико-методологического анализа всех видов знаний и социальных явлений – навыками анализа современного этапа развития политической системы России, ее политического режима – навыками самостоятельной систематизации информации о современном состоянии формирования гражданского общества – навыками выработки собственной позиции по отношению к политическим партиям и системам – технологиями приобретения, использования и обновления теоретических знаний по современным международным политическим проблемам	
4	Правовое регулирование связей с	знать:	лекции,

	общественностью и рекламы	– основные понятия курса и уметь ими оперировать; - правовые аспекты регулирования рекламно-информационной деятельности – иметь представление об основных нормативных актах, регулирующих отношения, возникающие в сфере рекламно-информационной деятельности и защите прав потребителей – о субъектах рекламно-информационной деятельности и об их правосубъектности; - традиции и новации в изучении правового регулирования рекламно-информационной деятельности – основные виды законодательных источников по изучаемой теме – о специфике отечественного и зарубежного опыта правового регулирования рекламно-информационной деятельности – основные правовые нормы, касающиеся практики рекламно-информационных отношений - уметь: – анализировать содержание рекламно-информационных материалов с точки зрения их соответствия действующему законодательству – анализировать ситуации и применять полученные знания на практике; самостоятельно анализировать нормативно-правовые документы – грамотно составлять предпринимательские договоры, направленные на реализацию товаров и способствующих продвижению товаров на рынке – использовать систему знаний о принципах рекламно-информационной деятельности; анализировать состояние правовой системы рекламы и её отдельных звеньев – решать на примере конкретных ситуаций вопросы оценки эффективности правового регулирования рекламно-	практические занятия, экзамен
--	----------------------------------	---	--------------------------------------

		информационной деятельности – определять возможные пути решения современных проблем в области рекламно-информационной деятельности на базе имеющегося многовекового опыта владеть: – практическими навыками в сфере правового регулирования рекламно-информационной деятельности – навыками подготовки и принятия решений по вопросам организации рекламно-информационной деятельности, обеспечению каналов товародвижения, по маркетинговым коммуникациям – терминологическим правовым аппаратом рекламно-информационной деятельности – навыками самостоятельного анализа и обобщения затронутых проблем – навыками применения на практике в сфере рекламы и связей с общественностью полученных теоретических знаний – базовыми количественными и качественными методами исследования окружающей действительности и обработки полученной информации	
5	Экономика	знать: – процесс общественного производства, основные фазы воспроизводства; определение понятия «рынок», причины его возникновения, законы, условия равновесия; смысл понятия «конкуренция», различать основные ее виды – функционирование отдельных экономических субъектов – содержание предмета макроэкономики, уметь рассчитывать основные макроэкономические показатели; понятие «экономический цикл», его основные виды и фазы; особенности формирования денежно-кредитной системы и	лекции, практические занятия, экзамен

		структуру государственного бюджета уметь: – пользоваться на практике основными экономическими понятиями и законами владеть: – способами оценки особенностей происходящих экономических процессов	
6	Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы	знать: – предмет и основные понятия этики – особенности профессиональной этики – этические нормы регулирования медиакommunikационных систем – общие профессиональные принципы этики связей с общественностью – основные принципы рекламной деятельности уметь: – руководствоваться морально-этическими нормами и правилами профессиональной в деятельности – регулировать профессиональную деятельность на основе кодексов профессионального поведения – реализовывать профессионально-этические принципы в практической деятельности – учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности следуя, принципам социальной ответственности – учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из этических норм владеть: – практическими навыками самостоятельно анализа, критики и оценки своей деятельности и коллектива специалистов сферы связей с общественностью и рекламы с профессионально-	лекции, практические занятия, экзамен

		этических позициях – навыками использования этических норм в профессиональной деятельности	
7	Преддипломная практика	знать: – формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах исследовательской работы – виды методов исследования, специфику их применения – требования к подготовке индивидуального отчета о практической деятельности уметь: – составлять и обсуждать с научным руководителем план дипломной работы, выделять проблемные моменты – составлять программу эмпирического исследования с обоснованием методологического аппарата – обосновать и представить индивидуальный отчет на заключительной конференции по практике владеть: – теоретическими знаниями в области изучаемой проблемы – общими методами построения исследовательской работы – навыками оформления и анализа результатов исследования в законченный вариант	
8	Профессионально-ознакомительная практика	знать: – формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах работы – основы деловых коммуникаций профессионального взаимодействия в профессиональной деятельности, рекламные технологии – требования к подготовке индивидуального отчета о практической деятельности уметь: – составлять и обсуждать с руководителем план практической деятельности, выделять	

		проблемные моменты – решать стандартные задачи профессиональной деятельности – обосновать и представлять индивидуальный отчет на заключительной конференции по практике владеть: – теоретическими знаниями в области изучаемой проблемы – профессиональными знаниями в области ПР-документации, копирайтинга, рекламной коммуникации, делового общения – навыками оформления и анализа результатов практики в законченный вариант	
9	Учебная практика: Практика получению первичных умений и навыков	знать: – основные виды и характеристику направлений деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью – технологии и инструменты рекламы и связей с общественностью, направленные на продвижение организации и взаимодействие с общественностью уметь: – анализировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в конкретной организации под руководством специалиста – применять знания по формированию публичитного капитала организации, взаимодействию со СМИ владеть: – методами прикладных исследований – методикой представления результатов научной и практической деятельности в формах отчетов, рефератов, публикаций и дискуссий	

2.2. Календарный график формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Курсы									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

1	Введение в коммуникационные специальности	+									
2	Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации		+								
3	Политология	+									
4	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы			+							
5	Экономика		+								
6	Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы				+						
7	Преддипломная практика					+					
8	Профессионально-ознакомительная практика		+	+							
9	Учебная практика: Практика получению первичных умений и навыков			+							

2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
1	Введение в коммуникационные специальности	Тест. Подготовка реферата. Контрольная работа. Эссе. Зачет.
2	Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации	Контрольная работа. Творческая работа (эссе). Подготовка реферата. Тест. Экзамен. Зачет.
3	Политология	Подготовка доклада по вопросам практических занятий. Выполнение тестовых заданий. Выполнение письменной проверочной работы. Написание реферата (или эссе). Составление глоссария по ключевым терминам дисциплины. Итоговый учебный проект. Зачет.
4	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	Кейс-задача. Дискуссия. Письменная работа. Эссе. Деловая игра. Тест. Экзамен.
5	Экономика	Опрос. Контрольная работа. Реферат. Конспект статьи. Статья. Зачет.
6	Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы	Работа на семинарских занятиях. Подготовка доклада. Реферат. Зачет.
7	Преддипломная практика	Планирование и подготовка дипломного исследования. Исследование (составление плана, методики, проведение и анализ результатов). Написание и оформление отчета. Защита отчета по практике.
8	Профессионально-ознакомительная практика	Ситуационное задание (выдается руководителем практики и согласовывается с ним). Знакомство с деятельностью специалиста по рекламе и связям с общественностью в организации. Анализ результатов и оформление отчета. Отчет о

		результатах практики. Рефлексия опыта самостоятельной научно-исследовательской деятельности. Выступление на студенческой конференции.
9	Учебная практика: Практика получению первичных умений и навыков	Ситуационное задание (выдается руководителем практики и согласовывается с ним). Знакомство с деятельностью специалиста по рекламе и связям с общественностью в организации. Анализ результатов и оформление отчета. Отчет о результатах практики. Рефлексия опыта самостоятельной научно-исследовательской деятельности. Выступление на студенческой конференции. Публикация тезисов доклада и статьи.