

# 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:

<b>ОПК-6</b>	способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
--------------	--

### 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**

- сущностные характеристики, особенности и тенденции развития сети Интернет и ее сервисов, их роль в прикладных коммуникациях;
- сущностные характеристики, особенности и тенденции развития баз данных и систем управления базами данных, их роль и границы применимости в прикладных коммуникациях;
- основные исторические этапы развития рекламы, системные характеристики рекламы в тот или иной исторический период, опыт выдающихся рекламистов, рекламных организаций, специфику российской рекламы (исторический аспект);
- основы организации рекламного дела как теоретического, так и прикладного уровней, экономические, социологические, психологические и правовые основы рекламной деятельности;
- основы рекламных технологий и типы рекламных стратегии, принципы построения эффективных рекламных коммуникаций и их использования для создания товарного бренда;
- базовые понятия, характеристики и профессиональные термины; основные концептуальные подходы к профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью;
- этические и профессиональные стандарты, направления профессиональной деятельности;
- основные профессиональные объединения, издания, элктронные ресурсы по связям с общественностью творческие аспекты профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью;
- технологии формирования имиджа, проектирования и стратегического планирования в сфере связей с общественностью в государственных, корпоративных, политических и иных структурах; типологию документов, правила разработки коммуникационных кампаний;
- особенности ведения коммуникации, опосредованной цифровыми сервисами;
- особенности и правила участия и ведения телеконференций и видеоконференций;
- место, роль и тенденции развития современных телекоммуникационных технологий;
- принципы осуществления интернет-коммуникации в информационном обществе;
- назначение и возможности информационных технологий в исследованиях, планировании и оценке эффективности деятельности в области связей с общественностью;
- требования и границы применимости мультимедийных продуктов, создаваемых с

- использованием офисных технологий;
- возможности Интернет-технологий в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере (УК-1);
  - виды и основные характеристики интернет-рекламы (ОПК-6);
  - сущностные характеристики, виды блогов, требования к контенту для блогов (УК-1, ОПК-6);
  - сущностные характеристики проектной деятельности, виды проектов, характеристики Интернет-проектов;
  - возможности и границы применимости многопроектной среды;
  - характеристики, структуру и элементы интегрированных информационных систем;
  - основы информационной безопасности при разработке и продвижении проектов в сети Интернет;
  - основы современной информационной культуры, необходимые для решения информационно-коммуникационных задач; методы работы с информационными потоками; о современных центрах PR-исследований и банках данных; основные форматы мультимедийных данных и принципы работы основных программных средств для работы с мультимедийной информацией (графикой, аудио - и видео данными);
  - основные проблемы виртуальной пространства современного мира, тенденции развития компьютерных социальных сообществ (компьюнити);
  - 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 коммуникации профессионального взаимодействия в профессиональной деятельности, рекламные технологии;
  - приемы и формы деловой коммуникации, работы с информационными источниками и материалами, в т. ч. интернет-источниками; основные нормативно-правовыми документы организаций и учреждений, работающих в сфере рекламы и связей с общественностью;
  - способы осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; способы решать стандартные задачи профессиональной деятельности; основы делового общения и деловых коммуникаций в профессиональной деятельности, критерии выбора определенных СМИ для распространения рекламного продукта, основы современного менеджмента в отделах, агентствах по рекламе и связям с общественностью;
  - 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;
  - изученный в процессе обучения материал и подготовить план, включающий основные содержательные составляющие ответа на вопрос;

### ***уметь***

- организовывать поиск информации в сети Интернет, преодолевать коммуникативные барьеры, проектировать свой имидж в сети Интернет;
- организовывать поиск и обработку информации в реляционных базах данных в процессе организации PR-деятельности;
- соотносить рекламные материалы с определенным этапом в развитии института рекламы, культурой и историей страны, обращаться к историческому опыту в области рекламы в своей профессиональной деятельности;
- распознавать разновидности рекламы, применять на практике законодательство о рекламе,

использовать коммуникативные навыки рекламиста;

- применять передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламного дела, планировать, организовывать и осуществлять деятельность по созданию рекламного продукта, планировать и проводить рекламные кампании;
- применять полученные знания в области связей с общественностью; самостоятельно обрабатывать и анализировать первичные данные;
- ориентироваться в профессиональном мире связей с общественностью; основывать свою профессиональную деятельность на этических и правовых нормах и принципах профессиональных стандартов;
- применять основные стратегии информационной работы, правила подготовки и проведения профессиональных мероприятий, этапы формирования общественного мнения;
- применять полученные знания в области связей с общественностью, использовать различные методы планирования и оценки профессиональной деятельности;
- создавать цифровой коммуникационный продукт для использования в сети Интернет;
- организовывать коммуникацию при организации телеконференций и видеоконференций;
- использовать сервисы и ресурсы сети Интернет, мультимедиа технологии и продукты для осуществления профессионального взаимодействия в информационной среде;
- использовать сервисы и ресурсы сети Интернет, мультимедиа технологии и продукты для эффективного решения типовых профессиональных задач специалиста в области связи с общественностью;
- осуществлять математическую обработку результатов социологических исследований с использованием инструментальной основы информационных технологий;
- создавать мультимедийные презентации и публикации, используя офисные технологии и сервисы сети Интернет;
- разрабатывать структуру и контент сайта (ОПК-6);
- создавать рекламу в социальных сетях, на форумах, в блогах, в мессенджерах (УК-1);
- создавать и вести блог по социально-культурной тематике (УК-1);
- разрабатывать и реализовывать командные проекты в области рекламы и связей с общественностью;
- разрабатывать календарно-сетевой график, формировать отчеты;
- строить и исследовать имитационные, статистические и аналитические модели процессов, осуществлять подготовку решений по реализации проекта;
- создавать и размещать сайт проекта в сети Интернет;
- использовать программные средства общего назначения для осуществления деятельности специалиста по связям с общественностью; использовать виртуальное пространство для профессиональной деятельности; использовать аудио - и видео данные в цифровых форматах;
- использовать в профессиональной деятельности для решения стандартных задач различные компьютерные приложения, графические редакторы, информационные системы;
- разрабатывать, сопровождать, оценивать эффективность веб-проектов, в том числе внутрикорпоративных ресурсов; осуществлять целевое и поисковое продвижение сайтов;
- 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;
- составлять и обсуждать с руководителем планпрактической деятельности, выделять проблемные моменты;
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности;
- анализировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в конкретной организации под руководством специалиста;
- планировать и проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; подбирать исследовательский материал, систематизировать его состав и сферу применения; определять выбор рекламных носителей для решения конкретных целей и задач, составлять

вопросы для проведения рекламного брифа, составлять оптимальные медиапланы, проводить первичный рекламно-маркетинговый анализ, участвовать в деловых переговорах;

- применять знания по формированию публичитного капитала организации, взаимодействию со СМИ;
- систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных научных и практических задач в профессиональной сфере;
- проанализировать предложенную основную и дополнительную литературу, а также тексты лекций по соответствующим дисциплинам, и выбрать материал, который может составить содержание ответа;

### ***владеть***

- опытом осуществления аудиовизуальной коммуникации на Youtube;
- приемами разработки, заполнения и поиска информации в реляционных базах данных;
- навыками использования исторического опыта развития рекламы для совершенствования своей деятельности в сфере вербальных и визуальных коммуникаций;
- методами исследования рекламируемого товара, целевой аудитории, рекламного рынка, эффективности рекламной кампании, рекламного продукта;
- базовой терминологией, относящейся к рекламной деятельности; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере рекламы, рекламно-информационных материалов;
- навыками анализа общественных проблем с точки зрения специалиста по связям с общественностью;
- нормами профессиональной этики и права, основами регулирования деятельности в сфере связей с общественностью;
- навыками социально-коммуникативной деятельности, умениями взаимодействия с общественностью, стратегиями информационной работы, подготовкой и проведением мероприятий для СМИ;
- технологией формирования и повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке, умением разработки и планирования рабочих мероприятий по связям с общественностью;
- основными методами подбора и использования сервисов Интернет для создания цифрового коммуникационного продукта в зависимости от предназначения и иных особенностей создаваемого продукта;
- приемами использования основных технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта;
- приемами информационной деятельности в информационном обществе и сети Интернет;
- приемами осуществления интернет-коммуникации;
- офисными технологиями на уровне продвинутого пользователя;
- опытом использования офисных технологий для создания публикаций; приемами разработки рекламы в сети Интернет;
- приемами разработки рекламы в сети Интернет;
- приемами создания сайта, используя конструктор сайтов (УК-1, ОПК-6);
- опытом размещения контента на ресурсах сети Интернет (сайты, социальные сети, YouTube каналы, Instagram и пр.) (ОПК-6);
- опытом работы и взаимодействия в социальных сетях (ОПК-6);
- опытом участия в Интернет-проектах;
- использования ИКТ при работе в многопроектной среде, приемами освоения новых программных продуктов;
- использования ИКТ при работе в информационных системах при управлении проектами, приемами освоения новых программных продуктов;
- способами информирования участников команды проекта с использованием Интернет-технологий;
- методами компьютерной обработки служебной документации, статистической информации и деловой графики; навыками работы с информационно-поисковыми и информационно-справочными системами и базами данных, используемыми в профессиональной деятельности;

- навыками обеспечения защиты информации, составляющей государственную тайну, и иной служебной информации;
- технологиями проектирования и создания различных медийных продуктов с использованием компьютерных технологий; технологиями проектирования баз данных с целью использования их возможностей при подготовке, разработке и реализации рекламных и PR-мероприятий;
  - теоретическими знаниями в области изучаемой проблемы;
  - общими методами построения исследовательской работы;
  - навыками оформления и анализа результатов исследования в законченный вариант;
  - профессиональными знаниями в области PR-документации, копирайтинга, рекламной коммуникации, делового общения;
  - навыками оформления и анализа результатов практики в законченный вариант;
  - основными видами и направлениями деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью;
  - навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками копирайтинга; делать обоснованные выводы, использовать базовые теоретические и практические знания, полученные в процессе обучения; навыками составления оптимальных медиапланов, навыками работы в профессиональной сфере по производству эффективных рекламных и коммуникационных продуктов и мероприятий;
  - 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;
  - знаниями и навыками по решению теоретических и практических задач, имеющих определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников.

#### 1.4. Планируемые уровни сформированности компетенции

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
1	<b>Пороговый (базовый) уровень</b> (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	???
2	<b>Повышенный (продвинутый) уровень</b> (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	???
3	<b>Высокий (превосходный) уровень</b> (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	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– сущностные характеристики, особенности и тенденции развития сети Интернет и ее сервисов, их роль в прикладных коммуникациях</li><li>– сущностные характеристики, особенности и тенденции развития баз данных и систем управления базами данных, их роль и границы применимости в прикладных коммуникациях</li></ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– организовывать поиск информации в сети Интернет, преодолевать коммуникативные барьеры, проектировать свой имидж в сети Интернет</li><li>– организовывать поиск и обработку информации в реляционных базах данных в процессе организации PR-деятельности</li></ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– опытом осуществления аудиовизуальной коммуникации на Youtube</li><li>– приемами разработки, заполнения и поиска информации в реляционных базах данных</li></ul>	лекции, практические занятия, экзамен
2	Теория и практика рекламы	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– основные исторические этапы развития рекламы, системные характеристики рекламы в тот или иной исторический период, опыт выдающихся рекламистов, рекламных организаций, специфику российской рекламы (исторический аспект)</li><li>– основы организации рекламного дела как теоретического, так и прикладного уровней, экономические, социологические,</li></ul>	лекции, практические занятия, экзамен

		<p>психологические и правовые основы рекламной деятельности – основы рекламных технологий и типы рекламных стратегии, принципы построения эффективных рекламных коммуникаций и их использования для создания товарного брэнда</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– соотносить рекламные материалы с определенным этапом в развитии института рекламы, культурой и историей страны, обращаться к историческому опыту в области рекламы в своей профессиональной деятельности</li> <li>– распознавать разновидности рекламы, применять на практике законодательство о рекламе, использовать коммуникативные навыки рекламиста</li> <li>– применять передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламного дела, планировать, организовывать и осуществлять деятельность по созданию рекламного продукта, планировать и проводить рекламные кампании</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками использования исторического опыта развития рекламы для совершенствования своей деятельности в сфере вербальных и визуальных коммуникаций</li> <li>– методами исследования рекламируемого товара, целевой аудитории, рекламного рынка, эффективности рекламной кампании, рекламного продукта</li> <li>– базовой терминологией, относящейся к рекламной деятельности; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере рекламы, рекламно- информационных материалов</li> </ul>	
3	Теория и практика связей с общественностью	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– базовые понятия, характеристики и профессиональные термины;</li> </ul>	лекции, практические занятия, экзамен

		<p>основные концептуальные подходы к профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– этические и профессиональные стандарты, направления профессиональной деятельности</li> <li>– основные профессиональные объединения, издания, элетронные ресурсы по связям с общественностью творческие аспекты профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью</li> <li>– технологии формирования имиджа, проектирования и стратегического планирования в сфере связей с общественностью в государственных, корпоративных, политических и иных структурах; типологию документов, правила разработки коммуникационных кампаний</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять полученные знания в области связей с общественностью; самостоятельно обрабатывать и анализировать первичные данные</li> <li>– ориентироваться в профессиональном мире связей с общественностью; основывать свою профессиональную деятельность на этических и правовых нормах и принципах профессиональных стандартов</li> <li>– применять основные стратегии информационной работы, правила подготовки и проведения профессиональных мероприятий, этапы формирования общественного мнения</li> <li>– применять полученные знания в области связей с общественностью, использовать различные методы планирования и оценки профессиональной деятельности</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками анализа общественных проблем с точки зрения специалиста по связям с</li> </ul>	
--	--	---	--



		<p>общественностью</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– нормами профессиональной этики и права, основами регулирования деятельности в сфере связей с общественностью</li> <li>– навыками социально-коммуникативной деятельности, умениями взаимодействия с общественностью, стратегиями информационной работы, подготовкой и проведением мероприятий для СМИ</li> <li>– технологией формирования и повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке, умением разработки и планирования рабочих мероприятий по связям с общественностью</li> </ul>	
4	Цифровые коммуникации	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– особенности ведения коммуникации, опосредованной цифровыми сервисами</li> <li>– особенности и правила участия и ведения телеконференций и видеоконференций</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– создавать цифровой коммуникационный продукт для использования в сети Интернет</li> <li>– организовывать коммуникацию при организации телеконференций и видеоконференций</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основными методами подбора и использования сервисов Интернет для создания цифрового коммуникационного продукта в зависимости от предназначения и иных особенностей создаваемого продукта</li> <li>– приемами использования основных технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</li> </ul>	лекции, практические занятия, экзамен
5	Интернет-коммуникации в Рекламе и связях с общественностью	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– место, роль и тенденции развития современных телекоммуникационных технологий</li> </ul>	лекции, практические занятия, экзамен

		<ul style="list-style-type: none"> <li>– принципы осуществления интернет-коммуникации в информационном обществе</li> <li>– назначение и возможности информационных технологий в исследованиях, планировании и оценке эффективности деятельности в области связей с общественностью</li> <li>– требования и границы применимости мультимедийных продуктов, создаваемых с использованием офисных технологий</li> <li>уметь: <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать сервисы и ресурсы сети Интернет, мультимедиа технологии и продукты для осуществления профессионального взаимодействия в информационной среде</li> <li>– использовать сервисы и ресурсы сети Интернет, мультимедиа технологии и продукты для эффективного решения типовых профессиональных задач специалиста в области связи с общественностью</li> <li>– осуществлять математическую обработку результатов социологических исследований с использованием инструментальной основы информационных технологий</li> <li>– создавать мультимедийные презентации и публикации, используя офисные технологии и сервисы сети Интернет</li> </ul> </li> <li>владеть: <ul style="list-style-type: none"> <li>– приемами информационной деятельности в информационном обществе и сети Интернет</li> <li>– приемами осуществления интернет-коммуникации</li> <li>– офисными технологиями на уровне продвинутого пользователя</li> <li>– опытом использования офисных технологий для создания публикаций; приемами разработки рекламы в сети Интернет</li> </ul> </li> </ul>	
--	--	---	--

		– приемами разработки рекламы в сети Интернет	
6	Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– возможности Интернет-технологий в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере (УК-1)</li> <li>– виды и основные характеристики интернет-рекламы (ОПК-6)</li> <li>– сущностные характеристики, виды блогов, требования к контенту для блогов (УК-1, ОПК-6)</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– разрабатывать структуру и контент сайта (ОПК-6)</li> <li>– создавать рекламу в социальных сетях, на форумах, в блогах, в мессенджерах (УК-1)</li> <li>– создавать и вести блог по социально-культурной тематике (УК-1)</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– приемами создания сайта, используя конструктор сайтов (УК-1, ОПК-6)</li> <li>– опытом размещения контента на ресурсах сети Интернет (сайты, социальные сети, YouTube каналы, Instagram и пр.) (ОПК-6)</li> <li>– опытом работы и взаимодействия в социальных сетях (ОПК-6)</li> </ul>	лекции, практические занятия, экзамен
7	Интернет-технологии обеспечения проектов и отдельных мероприятий	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сущностные характеристики проектной деятельности, виды проектов, характеристики Интернет-проектов</li> <li>– возможности и границы применимости многопроектной среды</li> <li>– характеристики, структуру и элементы интегрированных информационных систем</li> <li>– основы информационной безопасности при разработке и продвижении проектов в сети Интернет</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– разрабатывать и реализовывать командные проекты в области рекламы и связей с</li> </ul>	лекции, практические занятия, экзамен

		<p>общественностью</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– разрабатывать календарно-сетевой график, формировать отчеты</li> <li>– строить и исследовать имитационные, статистические и аналитические модели процессов, осуществлять подготовку решений по реализации проекта</li> <li>– создавать и размещать сайт проекта в сети Интернет</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– опытом участия в Интернет-проектах</li> <li>– использования ИКТ при работе в многопроектной среде, приемами освоения новых программных продуктов</li> <li>– использования ИКТ при работе в информационных системах при управлении проектами, приемами освоения новых программных продуктов</li> <li>– способами информирования участников команды проекта с использованием Интернет-технологий</li> </ul>	
8	Информационно-организационные технологии в рекламе и связях с общественностью	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основы современной информационной культуры, необходимые для решения информационно-коммуникационных задач;</li> <li>методы работы с информационными потоками; о современных центрах PR-исследований и банках данных;</li> <li>основные форматы мультимедийных данных и принципы работы основных программных средств для работы с мультимедийной информацией (графикой, аудио - и видео данными)</li> <li>– основные проблемы виртуальной пространства современного мира, тенденции развития компьютерных социальных сообществ (компьюнити)</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать программные средства общего назначения для</li> </ul>	лекции, практические занятия

		<p>осуществления деятельности специалиста по связям с общественностью; использовать виртуальное пространство для профессиональной деятельности; использовать аудио - и видео данные в цифровых форматах – использовать в профессиональной деятельности для решения стандартных задач различные компьютерные приложения, графические редакторы, информационные системы; разрабатывать, сопровождать, оценивать эффективность веб-проектов, в том числе внутрикорпоративных ресурсов; осуществлять целевое и поисковое продвижение сайтов владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методами компьютерной обработки служебной документации, статистической информации и деловой графики;</li> <li>навыками работы с информационно-поисковыми и информационно-справочными системами и базами данных, используемыми в профессиональной деятельности;</li> <li>навыками обеспечения защиты информации, составляющей государственную тайну, и иной служебной информации</li> <li>– технологиями проектирования и создания различных медийных продуктов с использованием компьютерных технологий;</li> <li>технологиями проектирования баз данных с целью использования их возможностей при подготовке, разработке и реализации рекламных и PR-мероприятий</li> </ul>	
9	Преддипломная практика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах исследовательской работы</li> <li>– виды методов исследования, специфику их применения</li> <li>– требования к подготовке индивидуального отчета о практической деятельности</li> </ul>	

		<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– составлять и обсуждать с научным руководителем план дипломной работы, выделять проблемные моменты</li> <li>– составлять программу эмпирического исследования с обоснованием методологического аппарата</li> <li>– обосновать и представить индивидуальный отчет на заключительной конференции по практике</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– теоретическими знаниями в области изучаемой проблемы</li> <li>– общими методами построения исследовательской работы</li> <li>– навыками оформления и анализа результатов исследования в законченный вариант</li> </ul>	
10	Профессионально-ознакомительная практика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах работы</li> <li>– основы деловых коммуникаций профессионального взаимодействия в профессиональной деятельности, рекламные технологии</li> <li>– требования к подготовке индивидуального отчета о практической деятельности</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– составлять и обсуждать с руководителем план практической деятельности, выделять проблемные моменты</li> <li>– решать стандартные задачи профессиональной деятельности</li> <li>– обосновать и представить индивидуальный отчет на заключительной конференции по практике</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– теоретическими знаниями в области изучаемой проблемы</li> <li>– профессиональными знаниями в области ПР-документации, копирайтинга, рекламной коммуникации, делового</li> </ul>	

		общения – навыками оформления и анализа результатов практики в законченный вариант	
11	Профессионально-творческая практика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– приемы и формы деловой коммуникации, работы с информационными источниками и материалами, в т. ч. интернет-источниками; основные нормативно-правовыми документы организаций и учреждений, работающих в сфере рекламы и связей с общественностью</li> <li>– способы осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; способы решать стандартные задачи профессиональной деятельности; основы делового общения и деловых коммуникаций в профессиональной деятельности, критерии выбора определенных СМИ для распространения рекламного продукта, основы современного менеджмента в отделах, агентствах по рекламе и связям с общественностью</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в конкретной организации под руководством специалиста</li> <li>– планировать и проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; подбирать исследовательский материал, систематизировать его состав и сферу применения; определять выбор рекламных носителей для решения конкретных целей и задач, составлять вопросы для проведения рекламного брифа, составлять оптимальные медиапланы, проводить первичный рекламно-маркетинговый анализ, участвовать в деловых переговорах</li> </ul>	

		<p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основными видами и направлениями деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью</li> <li>– навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками копирайтинга; делать обоснованные выводы, использовать базовые теоретические и практические знания, полученные в процессе обучения; навыками составления оптимальных медиапланов, навыками работы в профессиональной сфере по производству эффективных рекламных и коммуникационных продуктов и мероприятий</li> </ul>	
12	Учебная практика: Практика получению первичных умений и навыков	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные виды и характеристику направлений деятельности в сфере рекламы и связи с общественностью</li> <li>– технологии и инструменты рекламы и связей с общественностью, направленные на продвижение организации и взаимодействие с общественностью</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в конкретной организации под руководством специалиста</li> <li>– применять знания по формированию публицитного капитала ораганизации, взаимодействию со СМИ</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методами прикладных исследований</li> <li>– методикой представления результатов научной и практической деятельности в формах отчетов, рефератов, публикаций и дискуссий</li> </ul>	

## 2.2. Календарный график формирования компетенции

№	Наименование учебных	Курсы
---	----------------------	-------



п/п	дисциплин и практик	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях	+									
2	Теория и практика рекламы	+	+	+							
3	Теория и практика связей с общественностью	+	+								
4	Цифровые коммуникации			+							
5	Интернет-коммуникации в Рекламе и связях с общественностью					+					
6	Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере			+							
7	Интернет-технологии обеспечения проектов и отдельных мероприятий					+					
8	Информационно-организационные технологии в рекламе и связях с общественностью				+						
9	Преддипломная практика					+					
10	Профессионально-ознакомительная практика		+	+							
11	Профессионально-творческая практика			+	+						
12	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	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях	Тесты по разделам. Проект по разделу 1. Проект по разделу 2. Кейс-задание. Зачет.
2	Теория и практика рекламы	Контрольная работа. Тест. Подготовка реферата. Кейс-задача. Зачет. Эссе. Конспект монографии. Экзамен.
3	Теория и практика связей с общественностью	Контрольная работа. Эссе. Подготовка реферата. Тест. Конспект монографии. Решений кейса. Написание PR-материала.
4	Цифровые коммуникации	Тесты по разделам. Проект по разделу 1. Проект по разделу 2. Статья по цифровой коммуникации. Зачет.
5	Интернет-коммуникации в Рекламе и связях с общественностью	Тесты по разделам. Проект по разделу 3. Проект по разделу 4. Доклад. Экзамен. Проект по разделу 1. Проект по разделу 2. Интеллект-карта.

6	Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере	Тесты по разделам. Проект по разделу 1. Проект по разделу 2. Кейс-задание. Зачет.
7	Интернет-технологии обеспечения проектов и отдельных мероприятий	Тесты по разделам. Проект по разделу 3. Проект по разделу 4. Доклад. Экзамен. Проект по разделу 1. Проект по разделу 2. Интеллект-карта.
8	Информационно-организационные технологии в рекламе и связях с общественностью	Контрольная работа. Тест. Подготовка реферата. Кейс-задача. Зачет.
9	Преддипломная практика	Планирование и подготовка дипломного исследования. Исследование (составление плана, методики, проведение и анализ результатов). Написание и оформление отчета. Защита отчета по практике.
10	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.
11	Профессионально-творческая 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.
12	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.