

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:

УК-2	способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
-------------	--

1.2. Место компетенции в совокупном ожидаемом результате обучения

Компетенция относится к блоку универсальных 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 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;
- общие основы социального проектирования и их специфику в зависимости от различных факторов;
- основное содержание и этапы социального проектирования и значимость подготовки проектной документации;
- этапы разработки и подготовки проектной документации, основных привлекаемых социальных партнеров;
- 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

- 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;
- определять специфику проекта, организации. Принимающей проект и перспективы его реализации;
- корректировать содержание этапов разработки проектов и сопровождающей документации, определять ведущие направления фондов-грантодателей;
- определять совместно с руководителем или заказчиком пути содействия разработки и реализации проекта и подготовки полного комплекта документов;
- 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

- 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;
- навыками корректирования проектной и сопровождающей документации по социальному запросу;
- навыками мониторинга социальной ситуации в целях определения содержания и проекта, подготовки документации (рекомендательные письма, достижения);
- основными приемами оптимизации подготовки проектной и сопровождающей документации;
- 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	<i>Пороговый (базовый) уровень</i> (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	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	лекции, практические занятия, экзамен

		<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	
--	--	---	--

		<p>полученных теоретических знаний</p> <ul style="list-style-type: none"> – базовыми количественными и качественными методами исследования окружающей действительности и обработки полученной информации 	
2	Подготовка проектной и сопровождающей документации	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – общие основы социального проектирования и их специфику в зависимости от различных факторов – основное содержание и этапы социального проектирования и значимость подготовки проектной документации – этапы разработки и подготовки проектной документации, основных привлекаемых социальных партнеров <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять специфику проекта, организации. Принимаящей проект и перспективы его реализации – корректировать содержание этапов разработки проектов и сопровождающей документации, определять ведущие направления фондов-грантодателей – определять совместно с руководителем или заказчиком пути содействия разработки и реализации проекта и подготовки полного комплекта документов <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками корректирования проектной и сопровождающей документации по социальному запросу – навыками мониторинга социальной ситуации в целях определения содержания и проекта, подготовки документации (рекомендательные письма, достижения) – основными приемами оптимизации подготовки проектной и сопровождающей документации 	лекции, практические занятия, экзамен

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	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы			+							
2	Подготовка проектной и сопровождающей документации					+					

2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
1	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	Кейс-задача. Дискуссия. Письменная работа. Эссе. Деловая игра. Тест. Экзамен.
2	Подготовка проектной и сопровождающей документации	Контрольная работа. Подготовка реферата. Конспект научных публикаций, практических статей. Тест. Написание эссе. Экзамен.