

# 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>УК-2</b>	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;
- теоретические и практические аспекты, необходимые для осмысления современных методов и технологий, используемых в организации и управлении общественными связями; базовый понятийный аппарат, необходимый для восприятия и осмысления информационно-коммуникационных процессов в органах государственной и муниципальной власти;
- специфические особенности функционала и практики связей с общественностью в системе государственного управления; содержание основных направлений PR-работы в органах государственной и муниципальной власти; основные сферы приложения PR-технологий в сфере государственного управления и публичной политики;
- 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;
- придерживаться принципов открытости и готовности к диалогу при осуществлении полномочий в рамках государственного и муниципального управления; организовывать публичные мероприятия в сфере государственного управления с целью информирования общественности; содействовать улучшению имиджа органов государственной власти и повышению её легитимности;
- применять современные методы анализа деятельности PR-служб в органах власти; применять навыки технологического обеспечения работы PR-служб органов власти с общественностью;
- 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;
- представлениями о роли связей с общественности в сфере государственного управления; базовыми навыками управления информационными потоками в системе «государство – общество»; методами воздействия на общественное мнение и мобилизации общественной поддержки деятельности государственной власти;
- навыками общения с журналистами и выступления в СМИ; навыками публичного диалога с активистами общественных и политических объединений; навыками привлечения «общественников» и политических активистов к консультированию, проектной деятельности, экспертизе решений в сфере государственного и муниципального управления;
- 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)	<input type="checkbox"/> демонстрирует базовый уровень знаний об основах правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности; <input type="checkbox"/> готов использовать в профессиональной деятельности определенный набор основных правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности в типичных ситуациях; <input type="checkbox"/> имеет опыт использования в научной и/или профессиональной деятельности основ правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности.
2	<b>Повышенный (продвинутый) уровень</b> (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	демонстрирует средний уровень способностей использовать знания об основах правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности; <input type="checkbox"/> умеет использовать в профессиональной деятельности основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности; <input type="checkbox"/> имеет опыт определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
3	<b>Высокий (превосходный) уровень</b> (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	демонстрирует высокий уровень способностей определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; <input type="checkbox"/> способен использовать основные правовые знания в различных сферах жизнедеятельности; <input type="checkbox"/> имеет опыт определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

## 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"> <li>– основные понятия курса и уметь ими оперировать;</li> <li>правовые аспекты регулирования рекламно-информационной деятельности</li> <li>– иметь представление об основных нормативных актах, регулирующих отношения, возникающие в сфере рекламно-информационной деятельности и защите прав потребителей</li> <li>– о субъектах рекламно-информационной деятельности и об их правосубъектности;</li> <li>традиции и новации в изучении правового регулирования</li> </ul>	лекции, практические занятия, экзамен

		<p>рекламно-информационной деятельности</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные виды законодательных источников по изучаемой теме</li> <li>– о специфике отечественного и зарубежного опыта правового регулирования рекламно-информационной деятельности</li> <li>– основные правовые нормы, касающиеся практики рекламно-информационных отношений</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать содержание рекламно-информационных материалов с точки зрения их соответствия действующему законодательству</li> <li>– анализировать ситуации и применять полученные знания на практике; самостоятельно анализировать нормативно-правовые документы</li> <li>– грамотно составлять предпринимательские договоры, направленные на реализацию товаров и способствующих продвижению товаров на рынке</li> <li>– использовать систему знаний о принципах рекламно-информационной деятельности; анализировать состояние правовой системы рекламы и её отдельных звеньев</li> <li>– решать на примере конкретных ситуаций вопросы оценки эффективности правового регулирования рекламно-информационной деятельности</li> <li>– определять возможные пути решения современных проблем в области рекламно-информационной деятельности на базе имеющегося многовекового опыта</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– практическими навыками в сфере правового регулирования рекламно-информационной деятельности</li> <li>– навыками подготовки и принятия решений по вопросам организации рекламно-информационной деятельности,</li> </ul>	
--	--	---	--

		<p>обеспечению каналов товародвижения, по маркетинговым коммуникациям</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– терминологическим правовым аппаратом рекламно-информационной деятельности</li> <li>– навыками самостоятельного анализа и обобщения затронутых проблем</li> <li>– навыками применения на практике в сфере рекламы и связей с общественностью полученных теоретических знаний</li> <li>– базовыми количественными и качественными методами исследования окружающей действительности и обработки полученной информации</li> </ul>	
2	<p>Организация работы отделов по связям с общественностью в государственной и муниципальной службе</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– теоретические и практические аспекты, необходимые для осмысления современных методов и технологий, используемых в организации и управлении общественными связями; базовый понятийный аппарат, необходимый для восприятия и осмысления информационно-коммуникационных процессов в органах государственной и муниципальной власти</li> <li>– специфические особенности функционала и практики связей с общественностью в системе государственного управления; содержание основных направлений PR-работы в органах государственной и муниципальной власти; основные сферы приложения PR-технологий в сфере государственного управления и публичной политики</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– придерживаться принципов открытости и готовности к диалогу при осуществлении полномочий в рамках государственного и муниципального управления; организовывать публичные мероприятия в сфере</li> </ul>	<p>лекции, практические занятия, экзамен</p>

		<p>государственного управления с целью информирования общественности; содействовать улучшению имиджа органов государственной власти и повышению её легитимности – применять современные методы анализа деятельности PR-служб в органах власти; применять навыки технологического обеспечения работы PR-служб органов власти с общественностью</p> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– представлениями о роли связей с общественности в сфере государственного управления; базовыми навыками управления информационными потоками в системе «государство – общество»; методами воздействия на общественное мнение и мобилизации общественной поддержки деятельности государственной власти</li> <li>– навыками общения с журналистами и выступления в СМИ; навыками публичного диалога с активистами общественных и политических объединений; навыками привлечения «общественников» и политических активистов к консультированию, проектной деятельности, экспертизе решений в сфере государственного и муниципального управления</li> </ul>	
--	--	---	--

## 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	Организация работы отделов по связям с общественностью в государственной и муниципальной службе				+						

### 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	Организация работы отделов по связям с общественностью в государственной и муниципальной службе	Контрольная работа. Тест. Подготовка реферата. Кейс-задача. Зачет.