

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-2	способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
--------------	--

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

- систему современных социальных институтов (ОПК-2);
- характеристики государства как социального института (ПКО-2);
- 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;
- понятие и особенности медиакоммуникаций, функциональные особенности массово-информационной деятельности;
- положение журналистики в системе социальных институтов;
- правовые и этические основы журналистской деятельности; регулирующие государственную политику в области медиакоммуникаций;
- понятие, признаки и типологию жанров в, систему аргументации и принципы композиции;
- 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

- классифицировать социальные институты (ПКО-2);
- анализировать и толковать правовые нормы регулирующие деятельность государства и иных социальных институтов (ОПК-2);
- 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;
- ориентироваться в системе средств массовой коммуникации;
- ориентироваться в основных этапах развития журналистики;
- правовые и этические основы журналистской деятельности; регулирующие государственную политику в областимасс-медиа;
- составлять и анализировать журналистские тексты, работать с источниками информации, определять содержательно композиционную модель;
- 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;
- 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 характеризовать важнейшие социальные институты: семья, экономика, политика, образование, религия (ОПК-2, ПКО-2);
- навыками применения нормативных правовых актов, регулирующих организацию и деятельность социальных институтов в профессиональной деятельности, грамотно составлять документы (ПКО-2, ОПК-2);
- 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;
- понятийным аппаратом, используемым в журналистике;
- знаниями о информационном медиа-пространстве России;
- применять полученные знания в профессиональной деятельности;
- методикой журналистского творчества, методикой анализа композиции в различных жанрах;
- 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)	демонстрирует базовый уровень знания тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах; <input type="checkbox"/> умеет осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью при создании коммуникационных продуктов; <input type="checkbox"/> владеет базовыми теоретическими представлениями о развитии общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
2	Повышенный (продвинутый) уровень (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	демонстрирует глубокие знания тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах; <input type="checkbox"/> умеет осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью при создании коммуникационных продуктов; <input type="checkbox"/> владеет базовыми теоретическими представлениями о развитии общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
3	Высокий (превосходный) уровень (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	демонстрирует свободное владение необходимыми знаниями о тенденциях развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах; <input type="checkbox"/> умеет осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью при создании коммуникационных продуктов; <input type="checkbox"/> демонстрирует свободное владение знаниями о развитии общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

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	Общественные и государственные институты в современном мире	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – систему современных социальных институтов (ОПК-2) – характеристики государства как социального института (ПКО-2) <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – классифицировать социальные институты (ПКО-2) – анализировать и толковать правовые нормы регулирующих деятельность государства и иных социальных институтов (ОПК-2) <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками характеризовать важнейшие социальные институты: семья, экономика, политика, образование, религия (ОПК-2, ПКО-2) – навыками применения нормативных правовых актов, регулирующих организацию и деятельность социальных институтов в профессиональной деятельности, грамотно составлять документы (ПКО-2, ОПК-2) 	лекции, практические занятия, экзамен
2	Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – находить эффективные способы оптимизации процесса коммуникации, применять полученные знания на практике, преодолевать коммуникативные барьеры – правильно оценивать интересы различных субъектов коммуниктивного процесса, 	лекции, практические занятия, экзамен

		<p>вести деловое общение, межличностное взаимодействие, использовать технологии делового взаимодействия в управленческой практике</p> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	
3	Теория и практика медиакоммуникаций	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – понятие и особенности медиакоммуникаций, функциональные особенности массово-информационной деятельности – положение журналистики в системе социальных институтов – правовые и этические основы журналистской деятельности; регулирующие государственную политику в области медиакоммуникаций – понятие , признаки и типологию жанров в, систему аргументации и принципы композиции <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ориентироваться в системе средств массовой коммуникации – ориентироваться в основных этапах развития журналистики – правовые и этические основы журналистской деятельности; регулирующие государственную политику в областимасс-медиа – составлять и анализировать журналистские тексты, работать с источниками информации, определять содержательно 	лекции, практические занятия, экзамен

		<p>композиционную модель владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – понятийным аппаратом, используемым в журналистике – знаниями о информационном медиа-пространстве России – применять полученные знания в профессиональной деятельности – методикой журналистского творчества, методикой анализа композиции в различных жанрах 	
4	Преддипломная практика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретическими знаниями в области изучаемой проблемы – общими методами построения исследовательской работы – навыками оформления и анализа результатов исследования в законченный вариант 	
5	Профессионально-ознакомительная практика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах работы – основы деловых коммуникаций профессионального взаимодействия в профессиональной деятельности, 	

		<p>рекламные технологии</p> <ul style="list-style-type: none"> – требования к подготовке индивидуального отчета о практической деятельности <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – составлять и обсуждать с руководителем план практической деятельности, выделять проблемные моменты – решать стандартные задачи профессиональной деятельности – обосновать и представить индивидуальный отчет на заключительной конференции по практике <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	
6	<p>Учебная практика: Практика получения первичных умений и навыков</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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	Общественные и государственные институты в современном мире	+	+								
2	Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации		+								
3	Теория и практика медиакоммуникаций				+						
4	Преддипломная практика					+					
5	Профессионально-ознакомительная практика		+	+							
6	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	Общественные и государственные институты в современном мире	Опрос. Реферат. Контрольная работа. Зачет.
2	Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации	Контрольная работа. Творческая работа (эссе). Подготовка реферата. Тест. Экзамен. Зачет.
3	Теория и практика медиакоммуникаций	Контрольная работа. Эссе. Подготовка реферата. Тест. Конспект монографии. Экзамен. Проект. Зачет.
4	Преддипломная практика	Планирование и подготовка дипломного исследования. Исследование (составление плана, методики, проведение и анализ результатов). Написание и оформление отчета. Защита отчета по практике.
5	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.
6	Учебная практика: Практика получению первичных умений и	Ситуационное задание (выдается руководителем практики и согласовывается с ним). Знакомство с

	НАВЫКОВ	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.
--	---------	---