Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 06.11.2025 14:05:18
Уникальный программный ключ:
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«МАЙКОПСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Уровень образования
бакалавриат

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

МАЙКОП

Фонд оценочных средств для итоговой аттестации включает в себя:

1. Форму итоговой аттестации по основной профессиональной образовательной программе.
2. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся врезультате освоения образовательной программы.
3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, а такжешкал оценивания.
4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые дляоценки результатов освоения образовательной программы.
5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

1. Форма итоговой аттестации по основной профессиональной образовательной программе.

В итоговую аттестацию обучающихся по программе «Реклама и связи с общественностью» входит:

- подготовка к сдаче и сдача итогового экзамена;
- выполнение и защита выпускной квалификационной работы.

2. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы.

В результате освоения данной программы выпускник должен обладать следующими компетенциями:

УК - универсальные компетенции;

ОПК - общепрофессиональные компетенции;

ПКУВ – профессиональные компетенции, установленные вузом.

Компетенции и индикаторы их достижения			
Наименование категорий (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Дескрипторы
Универсальные компетенции			
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи	***Знать:*** - логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности. ***Уметь:*** - аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. ***Владеть:*** - навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.
		УК-1.2. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи	***Знать:*** - особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему; - логические формы и процедуры, демонстрировать способность к рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности. ***Уметь:*** - анализировать источники информации с точки зрения временных и пространственных условий их возникновения. ***Владеть:*** - навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.
		УК-1.3. Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки	***Знать:*** - логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности. ***Уметь:*** - аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. ***Владеть:*** - навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.
		УК-1.4. Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности	***Знать:*** - основные термины и базовые элементы, методы исследований в системе социально-гуманитарном знания. ***Уметь:*** - критически оценивать информацию, независимо от источника, самостоятельно приобретать и систематизировать знания, аргументированно отстаивать свою точку зрения. ***Владеть:*** - конкретной методологией и базовыми методами социально-гуманитарных дисциплин, позволяющими осуществлять решение широкого класса с задач научно-исследовательского и прикладного характера.
		УК-1.5. Определяет и оценивает	***Знать:*** - логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности.

		последствия возможных решений задачи	***Уметь:*** - аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. ***Владеть:*** - навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.
Разработка и реализация проектов	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	УК-2.1. Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством	**знать:** - понятия государства, права, нормы права; основы конституционного строя России; основы гражданского, трудового, административного, уголовного, экологического и семейного права; содержание правового статуса человека и гражданина, способы осуществления и защиты гражданами своих прав и свобод. - основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач. **уметь:** - работать с нормативными и правовыми документами, критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков; - определять круг задач в рамках профессиональной деятельности. **владеть:** - навыками использования нормативных и правовых документов; способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права - методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений.
		УК-2.2. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм.	**знать:** - основные понятия и категории права, ориентироваться в системе законодательства для реализации различных правовых документов по проектированию, конструированию, производству и сопровождению объектов профессиональной деятельности - необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики. **уметь:** - воспринимать и обобщать информацию, а также юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения - соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности. **владеть:**

			- навыками поиска требуемой правовой информации и подготовки базовых документов правового характера - навыками применения современного инструментария для решения экономических задач.
		УК-2.3. Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время.	***Знать:*** - основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач. ***Уметь:*** - определять круг задач в рамках профессиональной деятельности. ***Владеть:*** - навыками применения современного инструментария для решения экономических задач.
		УК-2.4. Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта.	***Знать:*** - необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики. ***Уметь:*** - проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; определять круг задач в рамках профессиональной деятельности; - планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов. ***Владеть:*** - методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений.
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде.	***Знать:*** - методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи). ***Уметь:*** - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи. ***Владеть:*** - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели.
		УК-3.2. Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости	***Знать:*** - системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации. ***Уметь*:** - на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности. ***Владеть:*** - примами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях.

		от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.).	
		УК-3.3. Прогнозирует результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата.	***Знать:*** - методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи). ***Уметь:*** - разрабатывать командную стратегию. ***Владеть:*** - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели.
		УК-3.4. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды.	***Знать:*** - методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи). ***Уметь:*** - формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели. ***Владеть:*** - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели.
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами	**знать:** - основные законы языка, понятия культуры и этики речи; функциональные стили современного языка; стили делового общения; вербальные и невербальные средства коммуникации; - нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; вербальные и невербальные средства профессионально-делового взаимодействия; принципы построения публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов. **уметь:** - вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; - выбирать языковые средства, уместные для конкретной коммуникативной ситуации. **владеть**: - современными информационно-коммуникативные средствами в процессе общения; навыками вербальной и невербальной коммуникации в

			профессиональной области. - навыками передачи связных аргументированных высказываний; навыками построения высказывания с учетом литературных норм и коммуникативной ситуации; навыками использования коммуникативно приемлемых стилей делового общения и представления своей точки зрения в ходе публичных выступлений.
		УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.	**знать:** основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; информационно-коммуникационные технологии; **уметь:** вести поиск необходимой деловой информации для решения стандартных коммуникативных задач; использовать знание языковых норм; **владеть**: навыками решения стандартных коммуникативных задач; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения.
		УК-4.3. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.	**знать:** - основы составления, оформления и редактирования научных и официально-деловых текстов, особенности коммуникативных стратегий и тактик в деловой сфере профессиональной деятельности; особенности стилистики официальных и неофициальных писем; социокультурные различия в формате корреспонденции; - правила организации личной и деловой письменной коммуникации; речевой этикет, отражающий особенности культуры страны изучаемого языка. **уметь:** - определять природу, структуру и основные элементы деловой коммуникации, соблюдать стилистические и языковые нормы в официально-деловом письменном тексте, строить, оформлять и редактировать основные официально-деловые тексты, анализировать коммуникативные стратегии и тактики в деловой сфере профессиональной деятельности; - осуществлять обмен деловой корреспонденцией на иностранном языке с учетом языковых норм и социокультурных различий. **владеть:** - навыками использования современных принципов деловой коммуникации в профессиональной деятельности; стилистическими и языковыми нормами официально-делового

			стиля. - навыками организации письменной иноязычной речи; навыками употребления функционально дифференцированных языковых средств в соответствии с конкретными коммуникативными целями.
		УК-4.4. Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.	**знать:** этические нормы языка; понятия «речевое взаимодействие», «диалогическое общение» для сотрудничества в академической коммуникации общения; особенности ораторского искусства; **уметь:** осуществлять коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении; вести диалогическую и монологическую речь с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения с учетом специфики тем коммуникаций; **владеть:** различными речевыми формами: описание, сообщение, разъяснение, рассуждение; этическими нормами языка; формами группового общения: беседа, интервью; богатым словарным запасом на основе проработанных текстов и прочитанных произведений.
		УК-4.5. Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (ых) на государственный язык и обратно.	**знать:** терминологическую, общенаучную, служебную лексику научной профессиональной литературы, лексику устной формы общения. **уметь:** переводить аутентичные профессиональные тексты с иностранного на государственный язык и обратно. **владеть:** навыками анализа и реферирования профессионально-деловых текстов.
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-	УК – 5.1. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное отношение к историческому наследию и	**знать:** - особенности межкультурного взаимодействия; - основные типы мировоззрения. **уметь:** - выявлять обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем особенности межкультурного взаимодействия;

	историческом, этическом и философском контекстах	культурным традициям.	- преодолевать культурный барьер, воспринимая межкультурные различия; - конструктивно взаимодействовать с представителями разных социокультурных типов. **владеть:** - способностью использовать набор коммуникативных средств и делать их правильный выбор в зависимости от ситуации общения. - навыком эффективной коммуникации на основе толерантности.
		УК-5.2. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп	**знать:** - основные этапы культурно-исторического развития общества; - основные типы мировоззрения. **уметь:** - анализировать закономерности исторического развития; - реализовывать уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов культурно-исторического и социокультурного развития России и других регионов в контексте ряда культурных традиций мира. - анализировать закономерности исторического развития. **владеть:** - специальной терминологией, методами анализа современной ситуации в стране и мире.
		УК-5.3. Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира.	**знать:** - принципы толерантного отношения к культурным особенностям представителей различных этносов и конфессий. - основные типы мировоззрения; - типы социального взаимодействия на групповом и индивидуальном уровнях. **уметь**: - реализовывать недискриминационное толерантное восприятие культурных особенностей в личном и массовом общении и выполнении поставленной задачи. - конструктивно взаимодействовать с представителями разных социокультурных типов. **владеть:** - способностью придерживается принципов недискриминационного взаимодействия и толерантного восприятия культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий. - навыком эффективной коммуникации на основе толерантности.
		УК-5.4.	**Знать**:

		Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера.	- сущность категорий «ценность», «гражданственность». - основные типы мировоззрения; **Уметь**: - определять базовые ценности в системе мировоззрения разных социокультурных общностей с позиций гражданина; **Владеть:** - способностью аргументированной оценки ценностной системы своего общества и объективным анализом ценностной системы других обществ. - навыком эффективной коммуникации на основе толерантности.
		УК-5.5. Эффективно применяет рефлексивные практики для осмысления результатов и присвоения опыта реализации социально-ориентированных проектов; осознания взаимосвязей между академическими знаниями, гражданственности и позитивными социальными изменениями.	***Знать:*** - сущность категорий «ценность», «гражданственность». - основные типы мировоззрения; ***Уметь:*** - определять базовые ценности в системе мировоззрения разных социокультурных общностей с позиций гражданина; ***Владеть:*** - навыком эффективной коммуникации на основе толерантности; - способностью применять академические знания в позитивных социальных практиках.
Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы.	***Знать:*** - основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности, и требований рынка труда. ***Уметь:*** - планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач; - находить и творчески использовать имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития. ***Владеть:***- навыками определения реалистических целей профессионального роста.
		УК-6.2. Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной	***Знать:*** - основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности, и требований рынка труда. ***Уметь:*** - расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; - планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач. ***Владеть:***- навыками определения реалистических целей профессионального

		перспективы развития деятельности и требований рынка труда.	роста.
		УК-6.3. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.	***Знать:*** - основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда. ***Уметь:*** - подвергать критическому анализу проделанную работу. ***Владеть:*** - навыками определения реалистических целей профессионального роста.
		УК-6.4. Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков.	***Знать:*** - основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда. ***Уметь:*** - планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач; - находить и творчески использовать имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития. ***Владеть:***- навыками выявления стимулов для саморазвития.
	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и	УК-7.1. Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни.	**Знать** нормы здорового образа жизни и требования к уровню физической подготовленности, обеспечивающему полноценную социальную и профессиональную деятельность. **Уметь** использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, для достижения личностных, жизненных целей. **Владеть** средствами и методами укрепления индивидуального здоровья и физического самосовершенствования.

	профессиональной деятельности	УК-7.2. Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности.	**Знать** требования к физическим качествам, предъявляемые профессией; иметь представление о предоставляемых физической культурой возможностях укрепления здоровья, совершенствования физических качеств, в том числе профессионально необходимых. **Уметь** оценивать свой уровень физической подготовленности на основе рекомендованных критериев, выявлять проблемы в сфере сформированности физических качеств и ставить цели по совершенствованию собственной физической подготовленности. **Владеть** основами оздоровительной физической культуры с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности.
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности и для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1. Обеспечивает безопасные и/или комфортные условия жизнедеятельности в бытовой, производственной и природной средах.	**Знать:** принципы, методы и средства обеспечения безопасных и/или комфортных условий жизнедеятельности в техносфере. **Уметь:** создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности в бытовой, производственной и природной средах. **Владеть:** средствами и методами обеспечения безопасных и комфортных условий жизнедеятельности в бытовой, производственной и природной средах.
		УК-8.2. Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций различного происхождения.	**Знать:** методы прогнозирования чрезвычайных ситуаций и разработки моделей их последствий; методы исследования устойчивости функционирования производственных объектов и технических систем в чрезвычайных ситуациях. **Уметь:** идентифицировать опасности различного происхождения; выявлять и устранять проблемы связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; оценивать возможные риски от чрезвычайных ситуаций различного происхождения. **Владеть:** навыками организации мероприятий по охране труда и технике безопасности на рабочем месте; навыками оказания первой помощи и защиты производственного персонала от возможных последствий чрезвычайных ситуаций.
		УК-8.3. Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) и военных конфликтов.	**Знать:** правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, а также военных конфликтов; способы оповещения населения об опасности в случае возникновения чрезвычайных ситуаций различного происхождения. **Уметь:** выполнять действия по защите населения от возможных последствий чрезвычайных ситуаций различного происхождения; пользоваться средствами индивидуальной и коллективной защиты.

			Владеть: практическими навыками по предотвращению возникновения и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций, и военных конфликтов.
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике.	**Знать**: экономические законы производства: спроса и предложения, рыночного ценообразования, положительные и отрицательные стороны рыночной и нерыночной экономики; - основы микроэкономики, теорию потребительского поведения, издержки производства, типы рыночных структур, рынки факторов производства; основы макроэкономической политики государства, основные макроэкономические показатели и принципы их расчета; механизм формирования валового внутреннего продукта и валового национального дохода, теорию макроэкономического равновесия, бюджетно-налоговую и денежно-кредитную политику, механизм регулирования инфляции и безработицы; основы функционирования мировой экономики. **Уметь:** оценивать постоянно изменяющуюся социально-экономическую ситуацию в организации и ее влияние на возникновение управленческих проблем и задач; - применять творческий, аналитический, прогностический, креативный и др. подходы к решению проблемы исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; - использовать экономический инструментарий анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации); адекватно воспринимать содержание, находить и анализировать экономическую информацию, имеющуюся в экономической литературе и используемую в СМИ для ориентирования в основных текущих проблемах экономики; - анализировать экономическую политику государства, формировать собственную позицию по отношению к ней и вырабатывать свою точку зрения на происходящие в стране экономические процессы **Владеть:** навыками решения простейших задач по дисциплине; навыками графического иллюстрирования вопросов экономики; - методами системного творческого решения проблемы исследования на базовом уровне исходя из поставленных задач и ожидаемых результатов; - навыками содержательной интерпретацией и адаптацией знаний экономической теории для решения профессиональных задач; способностью к обобщению, поиску и оценке альтернативных способов решения поставленных экономических задач
		УК-9.2. Применяет методы	**Знать:** основные принципы и содержание экономических законов и категорий, структуру экономических показателей; источники и способы

		планирования для достижения текущих и долгосрочных экономических и финансовых целей, использует финансовые инструменты и методы экономических расчётов для обоснования и принятия хозяйственных решений в различных областях жизнедеятельности, управляет финансовыми ресурсами и контролирует собственные экономические риски.	анализа экономической информации, характеризующей денежную, валютную, кредитную, банковскую системы. **Уметь:** применять экономические модели и методы для описания процессов и явлений в различных сферах деятельности; - пользоваться различными инструментами сбора, анализа и обработки экономических данных; - организовывать собственную деятельность числе в области учёта расходов и доходов, приобретения финансовых продуктов услуг), выбирать методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество; - правильно использовать теоретические практической деятельности по использованию экономической информации; - результативно использовать современные финансовые инструменты; - решать типичные задачи в области семейного бюджета. **Владеть:** основами экономических знаний для описания, моделирования и анализа экономических процессов и явлений в различных сферах деятельности; методами сбора и анализа экономической информации
		УК-9.3. Обосновывает экономически, финансово грамотное поведение индивида как гражданина вне зависимости от его профессиональной деятельности	**Знать:** финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски **Уметь:** использовать финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски **Владеть:** методами рационального подхода к управлению личным и семейным бюджетом, на базе которого человек организует эффективное расходование своих средств; - навыками поддержания здорового баланса доходов и расходов в личном и семейном бюджете; навыками успешного использования инструментов инвестирования и сбережения, и избежание бессмысленных трат и финансовых потерь.
Гражданская позиция	УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному	УК-10.1. Использует в профессиональной сфере действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с экстремизмом, терроризмом и коррупцией.	**Знать:** правовые нормы, обеспечивающие борьбу с экстремизмом, терроризмом и коррупцией. **Уметь:** использовать положения современного законодательства в области противодействия экстремизму, терроризму и коррупции. **Владеть:** навыками применения правовых норм, регулирующих борьбу с экстремизмом, терроризмом и коррупцией.

	поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-10.2. Использует в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма и коррупции.	**Знать:** основы социальных и профессиональных антикоррупционных, антитеррористических и антиэкстремистских взаимоотношений **Уметь:** использовать в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции **Владеть:** навыками антикоррупционных, антитеррористических и антиэкстремистских взаимоотношений в социальной и профессиональной сферах.
		УК-10.3. Использует в профессиональной сфере навыки оценки угроз проявления экстремизма, терроризма и коррупции	**Знать:** социально-культурные причины проявления экстремизма, терроризма и коррупции. **Уметь:** распознавать проявления экстремизма, терроризма и коррупции в общественной системе. **Владеть:** идеологическими механизмами регулирования борьбы с проявлением экстремизма, терроризма и коррупции.
		УК-10.4. Использует в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия с государственными и общественными организациями по предупреждению экстремизма, терроризма и коррупции.	***Знать:*** - основы социальных и профессиональных взаимоотношений по предупреждению экстремизма, терроризма и коррупции. ***Уметь:*** - использовать в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к экстремизму, терроризму и коррупции. ***Владеть:*** - навыками использования антитеррористических, антиэкстремистских и антикоррупционных методов взаимодействия в социальной и профессиональной сферах.
Общепрофессиональные компетенции			
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	**Знать:** отличительные особенности медиатекстов,и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; **Уметь:** выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; **Владеть**: навыками выбора медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.
		ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или)	**Знать:** методы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;

	соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	**Уметь**: осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем **Владеть:** навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационн ых продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	**Знать:** систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития. **Уметь:** учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при формировании и использовании интегрированных коммуникаций; создавать тексты рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов; **Владеть:** навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.
		ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	**Знать:** тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. **Уметь:** учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. **Владеть**: приемами развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или)	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	**Знать:** методы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем **Уметь:** осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем **Владеть:** навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в

	медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов		соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
		ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	**Знать:** достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; **Уметь**: применять достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов **Владеть**: навыками учета достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностьюи (или) иных коммуникационных продуктов;
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	**Знать:** методыучета социологических данных и соотношения их с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; **Уметь:** выявлять методы сбора и учета социологических данных и соотношения их с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп **Владеть:** навыками сбора и учета социологических данных и соотношения их с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
		ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	**Знать:** методы применения основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности. **Уметь:** использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий /групп общественности; отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в ходе рекламной деятельности; **Владеть:** навыками планирования, подготовки и реализации исследований запросов и потребностей целевой аудитории, необходимых для планирования и реализации технологий рекламной деятельности.
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических	**Знать:** основы учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых

	профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	и этических норм регулирования; правовые нормы как социальные регуляторы профессиональной деятельности. **Уметь:** анализировать проблемные ситуации правового характера в профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью; оценивать влияние тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира на профессиональную деятельность. **Владеть:** навыками учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; принципами и правилами профессиональной этике при решении профессиональных задач.
		ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	**Знать:** тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых норм регулирования и возможности их использования в сфере консалтинга. **Уметь:** планировать и реализовывать консалтинговую деятельность, с учетом специфики медиакоммуникационных систем региона. **Владеть:** навыками и методами осуществления отдельных этапов консалтинговой деятельности, на основе специфики медиакоммуникационных систем региона
Технологии	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	**Знать:** принципы работы современных технических средства информационно-коммуникационные технологии и способы их применения в рекламной и PR-коммуникации; основные методы отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения; **Уметь:** отбирать и использовать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение **Владеть:** навыками планирования, подготовки и реализации рекламной и PR-коммуникации; навыками отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения
		ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства,	**Знать:** методы применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов **Уметь:** использовать современные цифровые устройства, платформы и

		платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. **Владеть:** навыками выбора и применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	**Знать:** основы моделирования кризисных PR-кампаний в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности **Уметь:** выявлять источники возникновения кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне; определять зоны рисков в публичных коммуникациях; **Владеть:** навыками моделировать кризисные PR-кампании в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности; правовой культурой в области профессиональной деятельности.
		ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	**Знать:** методы выполнения отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом. **Уметь:** осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом **Владеть:** навыками отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
Профессиональные компетенции установленные ВУЗом			
ПКУВ-1. Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах		ПКУВ-1.1. Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями,	**Знать:** технологии маркетинговых коммуникаций; принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; внутренние и внешние коммуникации в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций **Уметь:** обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими

	коммерческими структурами, средствами массовой информации.	структурами, средствами массовой информации; анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения, использовать принцип решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования интересов **Владеть:** навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации с внутренними и внешними коммуникациями, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития
	ПКУВ-1.2. Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.	**Знать:** способы применения теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью; **Уметь**: Анализировать и систематизировать теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью. **Владеть**: навыками использования теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;
	ПКУВ-1.3. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	**Знать:** правила участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; **Уметь**: определять участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; **Владеть**: навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;
ПКУВ-2. Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность	ПКУВ-2.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению	**Знать:** функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связям с общественностью; принципы сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач; **Уметь**: выполнять функционал линейного менеджера; учитывать особенности принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач; принимать управленческие решения по продвижению продукции СМИ; **Владеть:** навыками принятия управленческих решений по продвижению

коммуникационной деятельности	продукции СМИ	продукции.
	ПКУВ-2.2. Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности.	**Знать:** способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний; **Уметь:** Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские информационные, антикризисные кампании, находить способы решения различных коммуникационных задач **Владеть**: навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;
	ПКУВ-2.3. Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере.	**Знать**: основы рекламной деятельности и связей с общественностью в организации способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; **Уметь:** Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью **Владеть:** навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; навыками повышения имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.
ПКУВ-3. Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии	ПКУВ-3.1. Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций	**Знать**: особенности, правила и приемы применения алгоритмов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки **Уметь**: учитывать особенности планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций,

	и бренд-менеджмента.	маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности **Владеть**: навыками планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ
	ПКУВ-3.2. Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций.	**Знать:** пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах **Уметь**: находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах; ориентироваться на рынке маркетинговой информации **Владеть:** навыками определения путей и способов повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленности на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.
	ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.	**Знать**: концепции прикладного маркетинга; методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий; **Уметь**: применять методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий; **Владеть**: навыками применения методик для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.
ПКУВ-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКУВ-4.1. Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции	**Знать:** основные методы формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ; **Уметь**: разрабатывать бюджет реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ с использованием разных методов;

	СМИ	**Владеть:** навыками формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ.
	ПКУВ-4.2. Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	**Знает:** основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа; **Умеет:** выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий **Владеет**: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом результатом социологических исследований.
	ПКУВ-4.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	**Знает:** основные методы и приемы политики формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры; особенности организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры **Умеет:** участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создавать и поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе; осуществлять организацию внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры **Владеет:** навыком эффективного участия в организациях внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; способностью работать в группе и коллективе

		в качестве исполнителя или руководителя младшего звена.
ПКУВ-5. Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	ПКУВ-5.1. Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии.	**Знать:** организацию системы сбыта и товародвижения; планирование оптовых и розничных продаж, маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка; позиционирования продуктов и компаний; оценку конкурентоспособности продуктов и конкурентов. **Уметь:** использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии специализированные программные ресурсы; разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение **Владеть:** навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формированием коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации; согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом.
	ПКУВ-5.2. Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	**Знать:** основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа; **Уметь**: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий; **Владеть**: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур;

		навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом результатом социологических исследований
	ПКУВ-5.3. Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами)	**Знать:** основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка; основы ораторского искусства и особенности аргументации; стили делового общения; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представлению информации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность. **Уметь:** ввести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знание языковых норм, знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договора. **Владеть**: современными информационно-коммуникативные средствами в процессе общения; навыками коммуникации в профессиональной области; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения. навыками межличностного делового общения на русском и иностранном (ых) языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками составления и заключения договора на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказания иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания.

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетвори-тельно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач Индикаторы достижения компетенции: УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задач УК-1.2. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи УК-1.3. Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки. УК-1.4. Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности УК-1.5. Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи					
Знать: - логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности. - особенности системного и критического мышления и демонстрировать готовность к нему; логические формы и процедуры, демонстрировать способность к рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности - логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности - основные термины и базовые элементы, методы исследований в системе социально-гуманитарном знания. - логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР

Уметь: - аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации - анализировать источники информации с точки зрения временных и пространственных условий их возникновения - аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. - критически оценивать информацию, независимо от источника, самостоятельно приобретать и систематизировать знания, аргументированно отстаивать свою точку зрения - аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками сопоставления разных источников информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений - навыками определения практических последствий изложенного решения задачи - навыками определения практических последствий изложенного решения задачи. - конкретной методологией и базовыми методами социально-гуманитарных дисциплин, позволяющими осуществлять решение широкого класса с задач научно-исследовательского и прикладного характера.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

- навыками определения практических последствий изложенного решения задачи					
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 Индикаторы достижения компетенции: УК-2.1. Формулирует в рамках поставленной цели совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством УК-2.2. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм; УК-2.3. Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время УК-2.4. Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта					
Знать: - понятия государства, права, нормы права; основы конституционного строя России; основы гражданского, трудового, административного, уголовного, экологического и семейного права; содержание правового статуса человека и гражданина, способы осуществления и защиты гражданами своих прав и свобод.. - основные понятия и категории права, ориентироваться в системе законодательства для реализации различных правовых документов по проектированию, конструированию, производству и сопровождению объектов профессиональной деятельности необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики. - основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач. - необходимые для осуществления	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР

профессиональной деятельности системные знания в области экономики					
Уметь: - работать с нормативными и правовыми документами, критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков; - определять круг задач в рамках профессиональной деятельности. - воспринимать и обобщать информацию, а также юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения; соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в профессиональной деятельности - определять круг задач в рамках профессиональной деятельности. - проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; определять круг задач в рамках профессиональной деятельности; планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками использования нормативных и правовых документов; способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права; методикой построения, анализа и применения моделей для оценки	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

состояния и прогноза развития экономических процессов и явлений - навыками поиска требуемой правовой информации и подготовки базовых документов правового характера навыками применения современного инструментария для решения экономических задач. - навыками применения современного инструментария для решения экономических задач - методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов и явлений					
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде Индикаторы достижения компетенции: УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде УК-3.2. Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.); УК-3.3. Прогнозирует результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата. УК-3.4. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды					
Знать: - методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи). - системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

Уметь: - групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи - на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности. - разрабатывать командную стратегию. - формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР
Владеть: - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели. - примами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях. - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Индикаторы достижения компетенции:

УК-4.1. Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами;

УК-4.2. Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках;

УК-4.3. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в

формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках УК-4.4. Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия УК-4.5. Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (ых) на государственный язык и обратно					
Знать: - основные законы языка, понятия культуры и этики речи; функциональные стили современного языка; стили делового общения; вербальные и невербальные средства коммуникации; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; вербальные и невербальные средства профессионально-делового взаимодействия; принципы построения публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов. - основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; информационно-коммуникационные технологии; - основы составления, оформления и редактирования научных и официально-деловых текстов, особенности коммуникативных стратегий и тактик в деловой сфере профессиональной деятельности; особенности стилистики официальных и неофициальных писем; социокультурные различия в формате корреспонденции; правила организации личной и деловой письменной коммуникации; речевой этикет,	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР

отражающий особенности культуры страны изучаемого языка. - этические нормы языка; понятия «речевое взаимодействие», «диалогическое общение» для сотрудничества в академической коммуникации общения; особенности ораторского искусства. - терминологическую, общенаучную, служебную лексику научной профессиональной литературы, лексику устной формы общения.					
Уметь: - вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; выбирать языковые средства, уместные для конкретной коммуникативной ситуации - вести поиск необходимой деловой информации для решения стандартных коммуникативных задач; использовать знание языковых норм - определять природу, структуру и основные элементы деловой коммуникации, соблюдать стилистические и языковые нормы в официально-деловом письменном тексте, строить, оформлять и редактировать основные официально-деловые тексты, анализировать коммуникативные стратегии и тактики в деловой сфере профессиональной деятельности; осуществлять обмен деловой	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

корреспонденцией на иностранном языке с учетом языковых норм и социокультурных различий - осуществлять коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении; вести диалогическую и монологическую речь с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения с учетом специфики тем коммуникаций. - переводить аутентичные профессиональные тексты с иностранного на государственный язык и обратно.					
Владеть: - современными информационно-коммуникативные средствами в процессе общения; навыками вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной области; навыками передачи связных аргументированных высказываний; навыками построения высказывания с учетом литературных норм и коммуникативной ситуации; навыками использования коммуникативно приемлемых стилей делового общения и представления своей точки зрения в ходе публичных выступлений. - навыками решения стандартных коммуникативных задач; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения. - навыками использования современных принципов деловой коммуникации в	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

профессиональной деятельности; стилистическими и языковыми нормами официально-делового стиля; навыками организации письменной иноязычной речи; навыками употребления функционально дифференцированных языковых средств в соответствии с конкретными коммуникативными целями. - различными речевыми формами: описание, сообщение, разъяснение, рассуждение; этическими нормами языка; формами группового общения: беседа, интервью; богатым словарным запасом на основе проработанных текстов и прочитанных произведений - навыками анализа и реферирования профессионально-деловых текстов.					
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально- историческом, этическом и философском контекстах Индикаторы достижения компетенции: УК – 5.1. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношению к историческому наследию и культурным традициям; УК-5.2. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп; УК-5.3. Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира. УК-5.4. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера					

Уметь: - выявлять обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем особенности межкультурного взаимодействия; преодолевать культурный барьер, воспринимая межкультурные различия; конструктивно взаимодействовать с представителями разных социокультурных типов. - анализировать закономерности исторического развития; реализовывать уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов культурно-исторического и социокультурного развития России и других регионов в контексте ряда культурных традиций мира; анализировать закономерности исторического развития. - реализовывать недискриминационное толерантное восприятие культурных особенностей в личном и массовом общении и выполнении поставленной задачи. - конструктивно взаимодействовать с представителями разных социокультурных типов. - - определять базовые ценности в системе мировоззрения разных социокультурных общностей с позиций гражданина	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Владеть: - способностью использовать набор коммуникативных средств и делать их правильный выбор в зависимости от ситуации общения; навыком эффективной коммуникации на основе толерантности. - специальной терминологией, методами анализа современной ситуации в стране и мире. - способностью придерживается принципов недискриминационного взаимодействия и толерантного восприятия культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий. - навыком эффективной коммуникации на основе толерантности. - способностью аргументированной оценки ценностной системы своего общества и объективным анализом ценностной системы других обществ.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни Индикаторы достижения компетенции: УК-6.1. Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы; УК-6.2. Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда; УК-6.3. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата УК-6.4. Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков					
Знать: - основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие	Сформированные систематические	

профессиональной, так и других видов деятельности, и требований рынка труда. - основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности, и требований рынка труда. - основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда. - основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда.					

Уметь: - планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач; находить и творчески использовать имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития. - расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач - подвергать критическому анализу проделанную работу - планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач; находить и творчески использовать имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения
Владеть: - навыками определения реалистических целей профессионального роста. - навыками выявления стимулов для саморазвития	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков

УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Индикаторы достижения компетенции:

УК-7.1. Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни;

УК-7.2. Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности

Знать: - нормы здорового образа жизни и требования к уровню физической подготовленности, обеспечивающему полноценную социальную и профессиональную деятельность. - требования к физическим качествам, предъявляемые профессией; иметь представление о предоставляемых физической культурой возможностях укрепления здоровья, совершенствования физических качеств, в том числе профессионально необходимых.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР
Уметь: - использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, для достижения личностных, жизненных целей. - оценивать свой уровень физической подготовленности на основе рекомендованных критериев, выявлять проблемы в сфере сформированности физических качеств и ставить цели по совершенствованию собственной физической подготовленности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Владеть: - средствами и методами укрепления индивидуального здоровья и физического самосовершенствования. - основами оздоровительной физической культуры с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов Индикаторы достижения компетенции: УК-8.1. Обеспечивает безопасные и/или комфортные условия жизнедеятельности в бытовой, производственной и природной средах УК-8.2. Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций различного происхождения УК-8.3. Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) и военных конфликтов					
Знать: - принципы, методы и средства обеспечения безопасных и/или комфортных условий жизнедеятельности в техносфере - методы прогнозирования чрезвычайных ситуаций и разработки моделей их последствий; методы исследования устойчивости функционирования производственных объектов и технических систем в чрезвычайных ситуациях - правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, а также военных конфликтов; способы оповещения населения об опасности в случае возникновения чрезвычайных ситуаций	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР

различного происхождения					
Уметь: - создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности в бытовой, производственной и природной средах. - идентифицировать опасности различного происхождения; выявлять и устранять проблемы связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; оценивать возможные риски от чрезвычайных ситуаций различного происхождения. - выполнять действия по защите населения от возможных последствий чрезвычайных ситуаций различного происхождения; пользоваться средствами индивидуальной и коллективной защиты.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - средствами и методами обеспечения безопасных и комфортных условий жизнедеятельности в бытовой, производственной и природной средах. - навыками организации мероприятий по охране труда и технике безопасности на рабочем месте; навыками оказания первой помощи и защиты производственного персонала от возможных последствий чрезвычайных ситуаций. - практическими навыками по предотвращению возникновения и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций, и военных конфликтов.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности Индикаторы достижения компетенции: УК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике**;** УК-9.2. Применяет методы планирования для достижения текущих и долгосрочных экономических и финансовых целей, использует финансовые инструменты и методы экономических расчётов для обоснования и принятия хозяйственных решений в различных областях жизнедеятельности, управляет финансовыми ресурсами и контролирует собственные экономические риски УК-9.3. Обосновывает экономически, финансово грамотное поведение индивида как гражданина вне зависимости от его профессиональной деятельности					
Знать: - экономические законы производства: спроса и предложения, рыночного ценообразования, положительные и отрицательные стороны рыночной и нерыночной экономики; основы микроэкономики, теорию потребительского поведения, издержки производства, типы рыночных структур, рынки факторов производства; основы макроэкономической политики государства, основные макроэкономические показатели и принципы их расчета; механизм формирования валового внутреннего продукта и валового национального дохода, теорию макроэкономического равновесия, бюджетно-налоговую и денежно-кредитную политику, механизм регулирования инфляции и безработицы; основы функционирования мировой экономики. - основные принципы и содержание экономических законов и категорий, структуру экономических показателей; источники и способы анализа	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР

экономической информации, характеризующей денежную, валютную, кредитную, банковскую системы. - финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски					
Уметь: - оценивать постоянно изменяющуюся социально-экономическую ситуацию в организации и ее влияние на возникновение управленческих проблем и задач; применять творческий, аналитический, прогностический, креативный и др. подходы к решению проблемы исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; использовать экономический инструментарий анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации); адекватно воспринимать содержание, находить и анализировать экономическую информацию, имеющуюся в экономической литературе и используемую в СМИ для ориентирования в основных текущих проблемах экономики; анализировать экономическую политику государства, формировать собственную позицию по отношению к ней и вырабатывать свою точку зрения на происходящие в стране экономические процессы - применять экономические модели и методы для описания процессов и явлений	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

в различных сферах деятельности; пользоваться различными инструментами сбора, анализа и обработки экономических данных; организовывать собственную деятельность числе в области учёта расходов и доходов, приобретения финансовых продуктов услуг), выбирать методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество; правильно использовать теоретические практической деятельности по использованию экономической информации; результативно использовать современные финансовые инструменты; решать типичные задачи в области семейного бюджета - использовать финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски.					
Владеть: - навыками решения простейших задач по дисциплине; навыками графического иллюстрирования вопросов экономики; методами системного творческого решения проблемы исследования на базовом уровне исходя из поставленных задач и ожидаемых результатов; навыками содержательной интерпретацией и адаптацией знаний экономической теории для решения профессиональных задач; способностью к обобщению, поиску и оценке альтернативных способов решения	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

поставленных экономических задач. - основами экономических знаний для описания, моделирования и анализа экономических процессов и явлений в различных сферах деятельности; методами сбора и анализа экономической информации. - методами рационального подхода к управлению личным и семейным бюджетом, на базе которого человек организует эффективное расходование своих средств; навыками поддержания здорового баланса доходов и расходов в личном и семейном бюджете; навыками успешного использования инструментов инвестирования и сбережения, и избежание бессмысленных трат и финансовых потерь.					
УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности Индикаторы достижения компетенции: УК-10.1. Использует в профессиональной сфере действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с экстремизмом, терроризмом и коррупцией; УК-10.2. Использует в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма и коррупции. УК-10.3. Использует в профессиональной сфере навыки оценки угроз проявления экстремизма, терроризма и коррупции.					
Знать: - правовые нормы, обеспечивающие борьбу с экстремизмом, терроризмом и коррупцией. - основы социальных и профессиональных антикоррупционных, антитеррористических и антиэкстремистских взаимоотношений	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	

- социально-культурные причины проявления экстремизма, терроризма и коррупции.					Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР
Уметь: - использовать положения современного законодательства в области противодействия экстремизму, терроризму и коррупции. - использовать в социальной и профессиональной сферах навыки взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции - распознавать проявления экстремизма, терроризма и коррупции в общественной системе.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками применения правовых норм, регулирующих борьбу с экстремизмом, терроризмом и коррупцией. - навыками антикоррупционных, антитеррористических и антиэкстремистских взаимоотношений в социальной и профессиональной сферах - идеологическими механизмами регулирования борьбы с проявлением экстремизма, терроризма и коррупции.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем Индикаторы достижения компетенции: ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.					

Знать: - отличительные особенности медиатекстов,и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; - методы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР
Уметь: - выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ - осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: **- навыками выбора медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ** - навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах Индикаторы достижения компетенции: ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.					
Знать: - систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития. - тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР
Уметь: - учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов при формировании и использовании интегрированных коммуникаций; создавать тексты рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов; - учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Владеть: - навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов. - приемами развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Индикаторы достижения компетенции: ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.					
Знать: - методы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем - достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР
Уметь: - осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем - применять достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов				
Владеть: - навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем - навыками учета достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности Индикаторы достижения компетенции: ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.				

Знать: - методы учета социологических данных и соотношения их с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп - методы применения основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР
Уметь: - выявлять методы сбора и учета социологических данных и соотношения их с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп - использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий /групп общественности; отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в ходе рекламной деятельности;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: . навыками сбора и учета социологических данных и соотношения их с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

- навыками планирования, подготовки и реализации исследований запросов и потребностей целевой аудитории, необходимых для планирования и реализации технологий рекламной деятельности					
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 Индикаторы достижения компетенции: ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.					
Знать: - основы учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; правовые нормы как социальные регуляторы профессиональной деятельности - тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых норм регулирования и возможности их использования в сфере консалтинга.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелызнания	Сформированные систематические знания	Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификацио

Уметь: - анализировать проблемные ситуации правового характера в профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью; оценивать влияние тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира на профессиональную деятельность - планировать и реализовывать консалтинговую деятельность, с учетом специфики медиакоммуникационных систем региона.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	нная работа, доклад по ВКР
Владеть: - навыками учета в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; принципами и правилами профессиональной этике при решении профессиональных задач. - навыками и методами осуществления отдельных этапов консалтинговой деятельности, на основе специфики медиакоммуникационных систем региона	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности Индикаторы достижения компетенции: ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.					

Знать: принципы работы современных технических средства информационно-коммуникационные технологии и способы их применения в рекламной и PR-коммуникации; основные методы отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения; - методы применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелызнания	Сформированные систематические знания	Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР
Уметь: - отбирать и использовать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение - использовать современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Владеть: - навыками планирования, подготовки и реализации рекламной и PR-коммуникации; навыками отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения - навыками выбора и применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности Индикаторы достижения компетенции: ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом;					
Знать: - основы моделирования кризисных PR-кампаний в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности - методы выполнения отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелызнания	Сформированные систематические знания	Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР

Уметь: - выявлять источники возникновения кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне; определять зоны рисков в публичных коммуникациях - осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками моделировать кризисные PR-кампании в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности; правовой культурой в области профессиональной деятельности. - навыками отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

ПКУВ-1. Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах

Индикаторы достижения компетенции:

ПКУВ-1.1.Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.

ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью

ПКУВ-1.3. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию

коммуникационного продукта					
Знать: - технологии маркетинговых коммуникаций; принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; внутренние и внешние коммуникации в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций - способы применения теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью; - правила участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелызнания	Сформированные систематические знания	Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР
Уметь: - обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения, использовать принцип	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования интересов - Анализировать и систематизировать теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью. - определять участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта				
Владеть: - навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации с внутренними и внешними коммуникациями, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития. - навыками использования теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью; - навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований,	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков

направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта					
ПКУВ-2. Способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности Индикаторы достижения компетенции: ПКУВ-2.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ ПКУВ-2.2. Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности ПКУВ-2.3. Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере.					
Знать: - функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связям с общественностью; принципы сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач; - способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний; - основы рекламной деятельности и связей с общественностью в организации способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелызнания	Сформированные систематические знания	Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР

Уметь: - выполнять функционал линейного менеджера; учитывать особенности принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач; принимать управленческие решения по продвижению продукции СМИ - Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские информационные, антикризисные кампании, находить способы решения различных коммуникационных задач - Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками принятия управленческих решений по продвижению продукции. - навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

решений в профессиональной деятельности - навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; навыками повышения имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью					
ПКУВ-3. Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии Индикаторы достижения компетенции: ПКУВ-3.1. Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента. ПКУВ-3.2. Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций. ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.					
Знать: - особенности, правила и приемы применения алгоритмов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки - пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелызнания	Сформированные систематические знания	Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР

и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах - концепции прикладного маркетинга; методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий					
Уметь: - учитывать особенности планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности - находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах; ориентироваться на рынке маркетинговой информации	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

- применять методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий					
Владеть: - навыками планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ - навыками определения путей и способов повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленности на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах - навыками применения методик для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

ПКУВ-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Индикаторы достижения компетенции: ПКУВ-4.1.Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ ПКУВ-4.2. Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПКУВ-4.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры					
Знать: - основные методы формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ; - основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа; - основные методы и приемы политики формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры; особенности организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелызнания	Сформированные систематические знания	Государственный итоговый экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР

Уметь: - разрабатывать бюджет реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ с использованием разных методов; - выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий - участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создавать и поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе; осуществлять организацию внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ. - традиционными и современными технологиями профессиональной	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом результатом социологических исследований. - навыком эффективного участия в организациях внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; способностью работать в группе и коллективе в качестве исполнителя или руководителя младшего звена.					
ПКУВ-5. Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) Индикаторы достижения компетенции: ПКУВ-5.1.Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии. ПКУВ-5.2. Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. ПКУВ-5.3.Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами)					
Знать: - организацию системы сбыта и товародвижения; планирование оптовых и розничных продаж, маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелызнания	Сформированные систематические знания	Государственный итоговый

позиционирования продуктов и компаний; оценку конкурентоспособности продуктов и конкурентов. - основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа; - основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка; основы ораторского искусства и особенности аргументации; стили делового общения; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представлению информации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность.					экзамен, выпускная квалификационная работа, доклад по ВКР
Уметь: . использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии специализированные программные ресурсы; разрабатывать	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение - выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий; - ввести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знание языковых норм, знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; составлять договоры гражданско-правового					

характера, оформлять необходимую документацию по реализации договора.					
Владеть: - навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формированием коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации; согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом. - традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом результатом социологических исследований - современными информационно-коммуникативные средствами в процессе общения; навыками коммуникации в профессиональной области; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения. навыками межличностного делового общения на русском и иностранном (ых) языках, с	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

применением профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками составления и заключения договора на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказания иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ					

4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы

4.1. Содержание программы итогового экзамена

1. Классификационные характеристики коммерческой рекламы.

Понятие коммерческой рекламы. Предмет коммерческой рекламы. Виды коммерческой рекламы. Виды товарной рекламы. Виды нетоварной рекламы. Классификация рекламы по решаемым задачам. Классификация рекламы по типам рекламополучателей. Классификация рекламы по охватываемой области распространения. Классификация рекламы по типам рекламоносителей и средствам распространения.

2. Специфика канала рекламной коммуникации и рекламных медиа. Выбор канала рекламной коммуникации.

Понятие канала рекламной коммуникации и рекламных медиа. Медиаканал, медианоситель. Основные средства распространения рекламы. Технология выбора медиаканалов. Общая классификация основных каналов рекламной коммуникации. Преимущества и недостатки основных каналов рекламной коммуникации.

3. Цели, задачи и виды связей с общественностью в современном коммуникационном пространстве.

Связи с общественностью (PR) в системе коммуникаций. Основные подходы к пониманию сущности PR-деятельности. Цели и задачи связей с общественностью. Принципы и функции PR-деятельности. Современные инструменты деятельности по связям с общественностью. Виды и формы PR.

4. Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций.

Понятие, сущность, цели, задачи, содержание, принципы, функции связей с общественностью. Интегративные и коммуникативные функции связей с общественностью.

5. Основные понятия и концепции медиапланирования. Система ключевых показателей медиапланирования.

Понятие медиапланирования. Задачи, принципы и виды медиапланирования. Стратегии размещения рекламы. Основные элементы и этапы медиапланирования. Основные показатели медиапланирования. Основные множества в медиапланировании.

6. Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации.

Понятие коммуникативного процесса. Аспекты процесса коммуникации. Структура коммуникативного процесса. Влияние коммуникативных факторов на коммуникативную установку. Управление коммуникативными процессами.

7. Виды рекламных агентств

Понятие рекламного агентства. Признаки классификации рекламных агентств. Рекламное агентство полного цикла. Рекламное агентство. Digital агентство. SMM агентство. Агентство performance – маркетинга. Агентство по связям с общественностью (PR – агентство). Креативное агентство. Брендинговое агентство. Агентства контент – маркетинга или контентное агентство. SEO –агентство. Коммуникационное агентство. Маркетинговое агентство. Агентство маркетинговых исследований. Медиа – агентство. Агентство видеопродакшн. Агентства контекстной рекламы. Агентство таргетированной рекламы. Агентство по разработке сайтов. Агентство programmatic и RTB. Агентство управления репутацией. Агентство CRM маркетинга. Агентство инфлюэнс – маркетинга. Агентство мобильного маркетинга. Event агентство. Технологическое агентство. Профильное агентство.

8. Планирование рекламных кампаний

Понятие и основные этапы планирования рекламной кампании. Разновидности рекламной кампании. Модели рекламного воздействия. Основные модели проведения рекламных кампаний. Методы разработки бюджета рекламной кампании.

9. Понятие и разновидности копирайтинга

Понятие копирайтинга. Основные типы копирайтинга: копирайтинг для печати (полиграфия); копирайтинг для общественных рекламных пространств; веб-копирайтинга; копирайтинг для СМИ и обращений. Виды и направления копирайтинга.

10. Нейминг: основные приемы и требования к коммерческому имени.

Понятие, задачи и этапы нейминга. Правила и приемы нейминга. Проблемы, возникающие в процессе нейминга. Методы отбора вариантов названий. Генераторы названий. Примеры удачного и неудачного нейминга.

11. Менеджмент в рекламе как особый тип управления.

Рекламный менеджмент и его функции. Виды менеджмента в рекламе. Требования, предъявляемые к менеджеру по рекламе. Различные подходы к управлению в рекламном менеджменте.

12. Элементы управления рекламой: цель, способ достижения, объект и субъект управления, окружающая среда.

Управление рекламой: основные понятия и подходы. Цель и основные функции управления рекламой. Субъекты и объекты управления рекламной деятельностью.

13. Понятие и признаки сегментации рынка. Выбор целевых рыночных сегментов.

Понятие и цель сегментации рынка. Признаки и этапы сегментации рынка. Понятие и этапы выбора целевого рынка. Методы поиска оптимального количества сегментов рынка. Стратегии охвата рынка. Понятие рыночного окна и рыночной ниши.

14. Разработка сбытовой стратегии предприятия

Построение каналов сбыта товаров. Организация товародвижения в системе маркетинга. Маркетинговые системы распределения товаров (традиционные, вертикальные, горизонтальные). Типы торговых посредников. Оптовая и розничная торговля в системе маркетинга.

15. Разработка товарной стратегии предприятия

Понятие и значение товарной стратегии. Общая характеристика и классификация товаров. Понятие о структуре и уровнях товара. Концепция жизненного цикла товара. Разработка товарного ассортимента. Этапы стратегии разработки товаров-новинок.

16. Охрана авторских прав на рекламные идеи и решения.

Авторство и объем авторских прав. Объекты авторских прав, которые охраняются законом Типичные нарушения авторских прав в рекламных креативах. Ответственность за нарушение авторских прав.

17. Основные инструменты продвижения продукции предприятия

Основные цели продвижения продукции предприятия. Главные инструменты продвижения товаров и услуг на рынке. Реклама. Прямые продажи. Стимулирование продаж. Пиар и паблисити.

18. Восприятие и обработка информации потребителем как основа механизма принятия решения о покупке.

Процесс моделирования конечного потребителя. Поиск информации для определения альтернативных способов решения проблемы. Восприятие информации потребителем. Этапы обработки информации. Внимание. Понимание. Принятие. Процесс принятия решения потребителем и степень вовлеченности.

19. Характеристика маркетингового поведения продавца-коммерсанта в рыночных условиях

Типология продавцов торговой фирмы по характеру отношения к труду. Сущность маркетингового поведения торгового персонала. Эволюция социальной роли продавца и характеристика роли «продавец-коммерсант». Факторы завоевания доверия покупателя. Классификация покупателей по ориентации.

20. Инновационная деятельность в рекламных компаниях

Роль инноваций в рекламной деятельности. Инновационные технологии в рекламе. Инновационные инструменты рекламы: преимущества и недостатки. Современный опыт использования инновационных средств рекламы и продвижения отечественными и зарубежными предприятиями.

21. Виды маркетинговой информации в зависимости от: способа восприятия, формы представления информации, регламента предоставления информации.

Понятие маркетинговой информации. Виды маркетинговой информации. Критерии отбора маркетинговой информации. Первичная и вторичная информация. Методы сбора данных.

22. Виды PR-кампании: типологизация по целям, по масштабу, по технологическому субъекту PR и т.д.

Типология PR – кампаний: По критерию предметной направленности; в зависимости от масштаба PR-кампании; по критерию длительности PR-кампании; по критерию типа технологического субъекта PR; по критерию целевой общественности; по критерию функционального типа целевой общественности; по критерию избранной стратегии и характера реализуемых PR-операций. Характеристика этапов проведения PR –кампании.

23. Учет индивидуальных особенностей потребителей рекламной информации

Составление портрета потребителя. Классификация типов личности потребителя: гедонисты; независимые; обыватели; интеллигенты, традиционалисты; карьеристы; имитаторы.

24. Принципы и методы реализации рекламных коммуникаций в Интернете.

Коммуникативная политика в Интернете. Характерные черты интернет-рекламы. Основные виды рекламы в Интернете. Современные виды интернет-рекламы. Методы реализации эффективных рекламных коммуникаций в сети Интернет

25. Сущность, цели и задачи SMM (Social Media Marketing).

Понятие SMM. Сущность, цели и задачи SMM. Основные принципы и направления SMM-маркетинга. Преимущества SMM. Этапы разработки SMM-стратегии.

26. Особенности консалтинга в связях с общественностью.

Понятие консалтинга. Основные задачи консалтинга в связях с общественностью. Преимущества использования консалтинга в связях с общественностью. Процесс консалтинга в связях с общественностью. Функции служб по связям с общественностью.

27. Особенности PR-деятельности в сфере предпринимательства.

Понимание и направленность PR в бизнесе. Особенности, цели и задачи PR в бизнес-сфере. Основные направления деятельности PR-служб бизнес-компаний. Структурные составляющие коммерческого PR.

28. Направления PR в бизнесе (на потребителей, инвесторов, партнеров, органы госрегулирования).

Особенности PR в бизнесе. Методы и технологии PR в деятельности коммерческих предприятий. Основные направления PR в бизнесе.

29. Роль пресс-служб в повышении открытости организации. Информационные потоки в структуре пресс-службы коммерческой организации.

Пресс-служба: понятие, задачи, функции и структура. Аспекты открытости организации. Задачи и функции пресс- службы коммерческих структур. Особенности работы пресс-службы коммерческих структур. информационные потоки внутри и за пределами организации.

30. Процесс мотивации потребителей как психологическая проблема. Мотивационная психология потребителя в рекламной практике.

Понятие мотива и мотивации. Сущность мотивации потребителей. Теория мотивации з. Фрейда. Теория мотивации А. Маслоу. Способы и инструменты мотивации потребительского поведения. Классификация мотивов в рекламных сообщениях.

31. Классификация мотивов покупательского поведения. Формирование установки, как решающее условие эффективной мотивации потребителя. Анализ мотивов и его использование в рекламе.

Основные мотивы приобретения товаров: получение прибыли, экономия времени, красота, удовольствие. Типология мотивов потребительского поведения. Классификация мотивов покупки. Понятие доминанты и стадии развития доминанты. Мотивационный анализ в рекламе.

32. Основные инструменты интернет-маркетинга. Исследование и ориентация на потребности клиента в интернет-маркетинге.

Основные инструменты интернет-маркетинга. Контент-маркетинг. Контекстная реклама. Медийная реклама. Вирусный маркетинг. Видео-маркетинг. CPA-маркетинг. Инфлюеренс-маркетинг. Email-маркетинг. Тизерная реклама. Ретаргентинг. Реклама в социальных сетях. SEO поисковое продвижение. Маркетинговые исследования в интернет-маркетинге.

33. Стратегические направления и мероприятия маркетинга территорий. Основные понятия брендинга территорий.

Понятие и сущность территориального маркетинга. Цели и задачи территориального маркетинга. Субъекты территориального маркетинга и их классификация. Инструменты территориального маркетинга. Стратегические направления и мероприятия территориального маркетинга. Базовые понятия брендинга территорий: архитектура и атрибуты бренда, сетевой подход и устойчивое развитие, основанное на экологической ответственности.

34. Маркетинговые исследования в сфере рекламы и связей с общественностью: виды и методы.

Цели и задачи маркетинговых исследований в связях с общественностью. Методы и инструменты маркетинговых исследований в связях с общественностью. Процесс проведения маркетинговых исследований в связях с общественностью. Анализ и интерпретация результатов маркетинговых исследований в связях с общественностью

35. Антикризисный PR: принципы и технологии реагирования на кризисные ситуации

Понятие антикризисного PR. Виды кризисов и методики диагностики. Технологии разрешения кризисных ситуаций. Управление кризисными ситуациями. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса

36. Особенности речевых коммуникаций в индустрии рекламы и связей с общественностью.

Сущность и специфика речевой коммуникации в рекламе и связях с общественностью. Формы речевой коммуникации. Устная деловая коммуникация. Структура речевой коммуникации.

37. Социокультурные факторы, влияющие на поведение потребителей.

Группы факторов влияния окружения на поведение потребителей. Формы персонального влияния на потребителей. Понятие референтной группы в теории поведения потребителей. Формы влияния референтных групп на принятие решения о покупке.

38. Этапы истории развития сферы рекламы и связей с общественностью.

Основные этапы становления и развития связей с общественностью. Принципы построения периодизации сферы рекламы и связей с общественностью. Направления современной PR-деятельности.

39. Личный бренд и персональный брендинг.

Определение личного бренда. Значение личного бренда в современном мире. Компоненты личного бренда. Этапы создания личного бренда. Продвижение, укрепление и развитие личного бренда. Понятие персонального брендинга.

40. Социальная реклама как инструмент управления массовым сознанием и поведением.

Определение социальной рекламы. Роль социальной рекламы в управлении общественными процессами. Цели и задачи социальной рекламы. Принципы и особенности создания социальной рекламы. Воздействие социальной рекламы на сознание и поведение потребителей.

41. Психологические эффекты массовой коммуникации и возможности их измерения

Сущность массовых коммуникаций. Коммуникативные эффекты. Типология проявлений эффектов массовых коммуникаций. Психологические эффекты массовой коммуникации.

42. Использование вербальной и невербальной коммуникации в практике рекламы и связей с общественностью.

Понятие вербальной и невербальной коммуникации. Универсальные правила написания текстов в сфере рекламы и связей с общественностью в вербальной коммуникации. Психологическое воздействие речи в рекламе. Элементы невербальной коммуникации.

43. PESTLE-анализ и SWOT-анализ в практике рекламной деятельности.

Сущность SWOT-анализа: определение сильных и слабых сторон, возможностей и угроз. Факторы PEST-анализа. Алгоритм проведения PEST-анализа. Достоинства и недостатки SWOT и PEST-анализов.

44. Государственное регулирование сферы рекламы и связей с общественностью. Законы и нормативные акты. Регулирующие органы.

Правовое регулирование связей с общественностью. Основные законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность. Федеральные законы о СМИ, рекламе и т.д. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, обычаи; корпоративные нормы.

45. Место и роль цифровых технологий в современной PR-индустрии.

Сущность цифровых технологий в сфере связей с общественностью. Цифровой PR. Стратегии и преимущества Digital PR. Инструменты Digital PR.

46. Имидж и репутация как объекты деятельности в области рекламы и связей с общественностью. Способы формирования имиджа и управления репутацией.

Понятие имиджа и репутации в сфере рекламы и связей с общественностью. Задачи и этапы формирования имиджа организации. Приемы и методы создания имиджа и управления репутацией. Оценка изменения имиджа фирмы.

47. Капитал бренда – понятие и сущность, способы создания и увеличения.

Понятие капитала бренда. Составляющие капитала бренда. Способы формирования капитала бренда. Преимущества капитала бренда. Способы измерения капитала бренда. Значение бренда с высоким капиталом для участников рынка

48. Система средств массовой информации и основные функции СМИ, тенденции развития, использование СМИ в рекламе и связях с общественностью.

Роль СМИ в обществе. Основные функции СМИ. Виды СМИ. Принципы работы СМИ. Тенденции развития СМИ в рекламе и связях с общественностью. Характерные особенности СМИ как рекламоносителей: преимущества и недостатки.

49. Основные характеристики и виды коммуникационных продуктов в печатной прессе: медиаметрические характеристики, принципы размещения, оценка эффективности, тенденции развития.

Понятие, сущность и виды рекламы в прессе. Особенности основных видов печатной рекламы. Достоинства и недостатки печатной прессы. Принципы размещения печатной рекламы. Оценка эффективности использования различных видов печатной рекламы.

50. Основные характеристики и виды полиграфической продукции, используемой в целях рекламы и связей с общественностью

Характеристика печатной рекламы. Виды полиграфической продукции. Возможности рекламной полиграфии. Особенности дизайна полиграфической продукции. Преимущества полиграфической рекламы.

51. Принципы сегментирования и таргетирования в коммуникационной практике.

Сегментация, таргетирование и позиционирование (STP) в разработке коммуникационной стратегии. Принципы сегментирования целевой аудитории. Таргетированная реклама: виды, цели, каналы, принципы работы и функции.

52. Оценка эффективности коммуникационных кампаний.

Ключевые параметры оценки эффективности коммуникационной кампании. Подходы к оценке эффективности PR-деятельности.

53. Ценообразование в коммуникационных кампаниях в рекламе и связях с общественностью.

Понятие цены и ценообразования в рекламе. Постановка целей ценообразования. Выбор методов ценообразования. Разработка ценовой стратегии коммуникационной кампании. Управление ценами.

54. Этапы планирования и реализации коммуникационных кампаний.

Коммуникационная кампания: понятие, классификация, этапы разработки. Аналитический этап (исследования). Этап планирования. Этап реализации (действие). Этап оценки эффективности.

55. Основные направления разработки фирменного стиля и управления им в организации.

Понятие, функции и составляющие фирменного стиля компании. Этапы разработки фирменного стиля предприятия. Носители фирменного стиля организации. Ошибки при разработке фирменного стиля компании. Управление фирменным стилем предприятия.

56. Корпоративный бренд, его значение и специфика формирования. HR-бренд организации.

Понятие и задачи корпоративного бренда. Специфика корпоративного брендинга. Особенности и алгоритм разработки корпоративного бренда. Понятие и виды HR-бренда. Составляющие HR-бренда.

57. Инновации в сфере рекламы и связей с общественностью.

Понятие инновации и инновационной деятельности. Тенденции развития рекламной индустрии. Направления инноваций в рекламе. Новые тренды PR: возможности и преимущества.

58. Медийная реклама в Интернет: виды, принципы размещения, оценка эффективности.

Понятие медийной рекламы. Отличие контекстной рекламы от медийной. Виды медийной рекламы. Преимущества и недостатки медийной рекламы. Принципы размещения медийной рекламы. Оценка эффективности медийной рекламы.

59. Основные характеристики вирусной рекламы, принципы ее создания, оценка эффективности.

Понятие вирусной рекламы. Цели и виды вирусной рекламы. Инструменты вирусной рекламы. Приемы завоевания целевой аудитории. Преимущества и недостатки вирусной рекламы. Приемы создания вирусной рекламы. Оценка эффективности вирусной рекламы.

60. Социальные медиа как инструмент продвижения: принципы работы, метрики (индикаторы) эффективности.

Понятие и история развития социальных медиа. Отличие социальных медиа от соцсетей. Виды социальных медиа. Платформы социальных медиа. Продвижение в социальных медиа. Мониторинг и анализ в социальных медиа. Индикаторы эффективности социальных медиа.

61. Организация работы отделов по связям с общественностью. PR-отделы и PR-агентства.

Функции и задачи отдела рекламы и связей с общественностью. Структура и основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью. Структура рекламного агентства. Классификация рекламных агентств.

62. Свойства и классификация маркетинговой информации.

Виды маркетинговой информации. Метод сбора данных. классификация, принципы формирования и использования маркетинговой информации. Мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка; Интернет; материалов маркетинговых и консалтинговых компаний; результаты исследований.

63. Этические аспекты современных связей с общественностью. «Черный» PR. Проблемы, пути выхода из кризиса.

Общие этические проблемы связей с общественностью. Классификация PR. «Черный» PR. Этапы выхода из кризиса.

64. Бренд, торговая марка, торговый знак.

Понятие бренда, торговой марки, торгового знака. Функции бренда. Виды торговых знаков. Сравнение Торговой марки, Бренда и Товарного знака. Преимущества использования Торговой марки, Бренда и Товарного знака. Создание и регистрация товарного знака.

65. Понятие и предмет медиапланирования. Основные понятия медиапланирования.

Понятие и сущность медиапланирования. Предмет медиапланирования. Цели и задачи медиапланирования. Место медиапланирования в маркетинговой деятельности фирмы.

66. Разработка медиаплана.

Понятие медиаплана. Этапы создания медиаплана. Основные составляющие медиаплана рекламной кампании. Реализация и оптимизация медиаплана. Анализ эффективности медиаплана.

67. Медиамикс. Особенности выбора СМИ для массовых кампаний.

Понятие, цели и задачи медиамикса. Причины использования медиамикса. Факторы формирования медиамикса. Синергетический эффект в медиамиксе. Особенности выбора СМИ для массовых кампаний.

68. Связи с общественностью в кризисных ситуациях. Типология кризисов.

Факторы возникновения кризисных ситуаций в связях с общественностью. Стадии кризиса. Классификация кризисов. Рекомендации по преодолению кризисов.

69. Понятие PR-технологий, их классификация

Понятие и сущность PR-технологий. Цели PR-технологий. Базовые разновидности PR-технологий

70. Основные понятия рекламной деятельности. Виды рекламы.

Понятие рекламы и рекламной деятельности**.** Цели, задачи и функции рекламы. Классификация видов, средств и форм рекламной деятельности. Основные участники рекламного процесса.

71. Современные рекламные стратегии и их роль в функционировании рекламы

Понятие стратегии и рекламной стратегии. Элементы и типы рекламной стратегии. Этапы разработки рекламной стратегии. Принципы построения рекламного бюджета. Процесс реализации рекламной стратегии. Анализ эффективности рекламных кампаний в рамках выбранной стратегии

72. Рекламное обращение: виды, формы, содержание.

Рекламное обращение, форма, формообразование. Структура рекламного обращения. Принципы и виды рекламных обращений. Психологическое воздействие обращения. Модели рекламных обращений.

73. Правовые требования к отдельным видам рекламы и к рекламе отдельных видов товаров и услуг.

Реклама алкогольной продукции. Реклама лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины. Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания. Реклама продукции военного назначения и оружия. Реклама основанных на риске игр, пари. Реклама финансовых услуг и финансовой деятельности. Реклама ценных бумаг. Реклама цифровых финансовых активов. Реклама услуг по заключению договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением. Реклама деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации. Реклама в сфере арбитража (третейского разбирательства).

74. Методы исследования в рекламе: виды, основные этапы, инструменты.

Виды рекламных исследований. Инструменты рекламных исследований. Этапы рекламного исследования. Основные направления рекламных исследований.

75. Взаимодействие рекламодателя и рекламного агентства

Основы взаимодействия рекламодателя и рекламного агентства. Модель выстраивания эффективных взаимоотношений рекламодателя и рекламного агентства. Стадии взаимоотношений между рекламодателем и рекламным агентством

4.2 Примерная тематика выпускных квалификационныхработ

1. Формирование имиджа коммерческой организации средствами PR (на конкретном примере)
2. Совершенствование PR деятельности организации (на конкретном примере)
3. Программа продвижения коммерческой организации в сети Интернет (на конкретном примере)
4. Совершенствование PR деятельности телекоммуникационных компаний (на конкретном примере)
5. Совершенствование PR деятельности образовательного учреждения (на конкретном примере)
6. Совершенствование технологий событийного PR в продвижении коммерческих брендов (на конкретном примере)
7. Совершенствование PR деятельности рекламного агентства (на конкретном примере)
8. Планирование PR-кампании, осуществляемой коммерческой организацией (на конкретном примере)
9. Совершенствование PR деятельности, направленной на формирование корпоративного имиджа (на конкретном примере)
10. Совершенствование PR деятельности организации автомобильной промышленности (на конкретном примере)
11. Разработка (совершенствование) рекламной и PR-кампании организации гостиничного комплекса (на конкретном примере)
12. Совершенствование PR деятельности как инструмента продвижения товаров и услуг (на конкретном примере)
13. Совершенствование PR деятельности организации как инструмента развития товарного бренда (на конкретном примере)
14. Совершенствование PR деятельности международной организации (на

конкретном примере)

15. Совершенствование PR деятельности консалтинговой компании (на конкретном примере)
16. Разработка коммуникационной стратегии организации на основе интегрированных маркетинговых коммуникаций (на конкретном примере)
17. Совершенствование управления рекламной кампанией предприятия, организации (на конкретном примере).
18. Совершенствование управления рекламной деятельностью (на конкретном примере)
19. Разработка предложений по визуальному представлению рекламы: афиша, витрина, вывеска (на конкретном примере)
20. Совершенствование использования POS-материалов в торговой рекламе (на конкретном примере)
21. Разработка ценовой стратегии реализации рекламного пространства нового медиа (на конкретном примере)
22. Совершенствование технологии производства рекламного продукта (на конкретном примере)
23. Совершенствование рекламной деятельности организации (на конкретном примере)
24. Разработка специализированной рекламной кампании организации (на конкретном примере)
25. Совершенствование управления рекламной кампанией (на конкретном примере)
26. Планирование PR-акции и рекламной деятельности (на конкретном примере)
27. Рекомендации по повышению эффективности PR-акций и рекламной деятельности организации (на конкретном примере)
28. Совершенствование процессов планирования и организации рекламной деятельности предприятия (на конкретном примере)
29. Анализ и совершенствование PR и рекламной деятельности малого предприятия (на конкретном примере)
30. Связи с общественностью в органах государственного управления: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития (на конкретном примере)
31. Пресс-служба организации и СМИ: технологии взаимодействия и перспективы развития (на конкретном примере)
32. Технологии производства информационных материалов и взаимодействие со СМИ (на примере конкретной PR-кампании)
33. Служба связей с общественностью как технология коммуникационного обеспечения деятельности организации (на примере конкретной организации)
34. Коммуникационная программа по продвижению имиджа и бренда периодического издания. (СМИ по выбору студента).
35. Маркетинговое обеспечение конкурентоспособности агентств в области связей с общественностью.
36. Маркетинговые исследования в сфере услуг и некоммерческих организаций.
37. Методика коммуникационного взаимодействия в проведении рекламной кампании.
38. Механизм возникновения информационных войн.
39. Оптимизация внутриорганизационной коммуникации (на примере конкретной организации).
40. Основные принципы организации информационной деятельности в органах государственной власти.
41. Особенности взаимодействия пресс-служб со средствами массовой информации.
42. Особенности организации информационных служб в органах госуправления и

бизнес-сфере: сравнительный анализ.

43. Особенности разработки и реализации кампаний в сфере связей с общественностью (для коммерческих структур, для государственных организаций и общественно-политических объединений).

44. Особенности формирования медиа-рынка в Российской Федерации (или любом субъекте РФ на выбор студента).

45. Особенности функционирования пресс-служб в структуре PR.

46. Разработка рекламной и PR-кампании деятельности благотворительных организаций (на конкретном примере)

47. Разработка PR-кампании по продвижению молодежных спортивных мероприятий (на конкретном примере)

48. Разработка социальной кампании рекламными средствами (на конкретном материале)

49. Социальные PR-проекты: особенности разработки и реализации (на примере конкретного PR-проекта)

50. Совершенствование социального брендинга в деятельности организации (на примере конкретной организации)

51. НКО в общественно-политическом процессе Республике Адыгея.

52. Особенности влияния СМИ на формирование общественного мнения и политические ориентации населения (СМИ по выбору)

53. Благотворительность организации как инструмент PR-деятельности и способ формирования имиджа.

54. Основные приемы и структура проведения PR-акций в образовательных учреждениях.

55. Специфика социальной рекламы, разработка и проведение социальной кампании рекламными средствами (на конкретном примере).

56. Разработка маркетинговой стратегии для продвижения услуг социального предприятия

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы

5.1. Критерии оценки знаний выпускников на итоговом экзамене по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Ответ на каждый вопрос экзаменационного билета оценивается одним из следующих баллов: «5» (отлично), «4» (хорошо), «3» (удовлетворительно), «2» (неудовлетворительно).

Оценка «5» (отлично) ставится, если:

ответ полный и соответствует программе;

материал изложен в логической последовательности, профессиональным языком;

существенные ошибки отсутствуют;

допущена одна несущественная ошибка, исправленная по требованию комиссии.

Оценка «4» (хорошо) ставится, если:

ответ полный и соответствует программе не менее, чем на 80%;

материал изложен логично;

существенные ошибки отсутствуют;

допущены 2-3 несущественные ошибки, исправленные по требованию комиссии.

Оценка «3» (удовлетворительно) ставится, если:

ответ неполный (но не менее 60% от объема программы);

отсутствует логика в изложении материала;

допущена одна существенная ошибка, которую выпускник исправил после наводящих вопросов;

допущено более трех несущественных ошибок, исправленных по требованию комиссии.

Оценка «2» (неудовлетворительно) ставится, если:

обнаружено непонимание данного материала выпускником;

допущены две и более существенные ошибки, которые выпускник не может исправить после наводящих вопросов комиссии;

выпускник отказывается отвечать на данные вопросы;

Общая оценка за экзамен выводится как среднее арифметическое по трем вопросам с округлением до целого балла.

Итоговая оценка объявляется выпускникам после оформления в установленномпорядке протоколов заседания итоговой экзаменационной комиссии в день экзамена

5.2 Критерии оценки выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)

Оценка выпускной квалификационной работы осуществляется на основании следующих критериев:

1) анализа содержания, структуры и оформления работы на предмет соответствия предъявляемым требованиям;

2) степени успешности публичной защиты;

3) оценки рецензента;

4) самостоятельности проведенного исследования (самостоятельная часть (степень оригинальности) должна составлять не менее 50% объема работы).

I. Требования к структуре, содержанию и оформлению работы

1. Формальная структура работы.

1.1. Объем машинописного текста в пределах 70-90 с.

1.2. Наличие основных составных частей работы (введение; основные разделы, подразделенные на части, главы, параграфы; заключение; список использованной литературы; при необходимости - приложение).

1.3.Достаточность использованной литературы (не менее 40 наименований).

2. Требования к содержанию разделов выпускной квалификационной работы.

2.1. Введение.

2.1.1. Обоснование актуальности выбранной темы.

2.1.2. Анализ степени разработанности основной проблемы.

2.1.3. Определение целей и задач исследования.

2.1.4. Методологические и методические основы исследования.

2.1.5. Характеристика источников или объектов исследования.

2.1.6. Оценка научной и практической значимости полученных результатов.

2.1.7. Апробация основных положений и результатов, доказательство эффективности разработанных положений.

2.2. Основные разделы работы.

2.2.1. Аргументированность, научный язык изложения материала.

2.2.2. Наличие экспериментальной части, степень достижения поставленных целей и решения задач исследования.

2.2.3. Наличие библиографических ссылок.

2.2.4. Использование местного, регионального материала.

2.3. Заключение.

2.3.1. Обоснованность выводов.

2.3.2. Наличие рекомендаций по дальнейшей разработке проблемы, внедрению результатов исследования.

3. Оформление работы.

3.1. Стандартное оформление титульного листа.

3.2. Наличие задания на работу.

3.3. Правильность оформления рисунков, графиков, таблиц и другого иллюстративного материала, в соответствии с требованиями, предъявляемыми к графическим средствам отображения информации.

3.4. Оформление библиографических ссылок, списка использованной литературы.

3.5. Правильное оформление приложений.

II. Публичная защита бакалаврской работы.

1. Соблюдение регламента защиты (7-10 мин.).

2. Изложениецелей и задач исследования, основного содержания разделов работы, интерпретация основных результатов экспериментальной работы, обоснование выводов и рекомендаций.

3. Манера изложения доклада (ясность, четкость, свободное владение материалом).

4. Демонстрация иллюстративного материла (таблиц, рисунков), умение интерпретировать их, обосновать закономерности, отражаемые ими.

5. Лаконизм, конкретность и аргументированность ответов на вопросы.

6.Учет замечаний рецензента, умение оппонировать при необходимости.

Каждый критерий оценивается по четырехбалльной шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Общая оценка выставляется на основании следующих условий:

- «отлично» - если по пяти и более критериям работа оценена на «отлично», а по остальным «хорошо»;

- «хорошо» - если по пяти и более критериям работа оценена на «хорошо» и «отлично», а по остальным критериям «удовлетворительно»;

- «удовлетворительно» - если по пяти критериям работа оценена не ниже «удовлетворительно», а по двум - «неудовлетворительно»;

- «неудовлетворительно» - если по трем и более критериям работа оценена «неудовлетворительно».

Окончательная оценка за работу студента выставляется по совокупности членами ГЭК при закрытом обсуждении.

Результаты выставленных оценок (и их мотивация) оглашаются открыто в присутствии всей группы студентов, участвовавших в публичной защите. Действия выпускника при получении оценки «неудовлетворительно» регламентируются Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры.

Разработчик

к.э.н., доцент А.Р.Кумпилова