

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
"ПРИДНЕСТРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Т.Г. ШЕВЧЕНКО"

ОПОП утверждена
Ученым советом университета
Протокол № 7
от «26» 03 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор университета
профессор В.В. Соколов

«__» _____ 20__ г.
рег. № _____

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА**

Направление подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программа магистратуры
PR-технологии в современной коммуникативной индустрии

Уровень высшего образования
магистратура

Форма обучения
Очная, заочная

Год набора 2025 г.

Тирасполь 2025 г.

Основная профессиональная образовательная программа разработана в соответствии с государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от «08» июня 2017 г. № 528.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы _____ О.В. Леонтьева
(подпись)

ОПОП рассмотрена на заседании кафедры Рекламы и связей с общественностью
«__» _____ 20__ г. протокол № ____

Заведующий выпускающей кафедрой _____ Л.В. Колодка
(подпись)

ОПОП рассмотрена на заседании УМК
«__» _____ 20__ г. протокол № ____

Председатель УМК _____ С.Н. Гончар
(подпись)

ОПОП одобрена на заседании Ученого совета
«__» _____ 20__ г. протокол № ____

Директор института _____ Е.М. Бобкова
(подпись)

Основная профессиональная образовательная программа согласована и рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

Министерство внутренних дел ПМР,
Министр

_____ В.Н. Нягу
(подпись)

ОПОП принята на заседании Научно-методического совета ГОУ «ПГУ им. Т.Г. Шевченко»
«__» _____ 20__ г. протокол № ____

Председатель Научно-методического совета ПГУ _____ О.В. Еремеева
(подпись)

ОПОП введена в действие Приказом ректора от «__» _____ 20__ г. № ____

Начальник УМУ _____ Е.Ф. Командарь
(подпись)

Изменения в ОПОП введены в действие Приказом ректора

«__» _____ 20__ г. протокол № ____

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	4
1.1 Понятие основной профессиональной образовательной программы	4
1.2. Нормативные документы для разработки основной профессиональной образовательной программы	4
2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ	5
2.1. Цель основной профессиональной образовательной программы	5
2.2. Типы задач и объекты профессиональной деятельности выпускников	5
2.3. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с государственным образовательным стандартом	6
2.4. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников (по типам)	6
3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, РЕАЛИЗУЕМОЙ В РАМКАХ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ	7
3.1. Программа магистратуры образовательной программы в рамках Направления подготовки	7
3.2. Трудоемкость, срок освоения ОПОП ВО, квалификация выпускника	7
3.3. Язык образования	7
3.4. Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий	7
3.5. Ключевые партнеры образовательной программы	8
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	8
4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части	8
5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	13
5.1. Структура ОПОП	13
5.2. Учебный план	13
5.3. Календарный учебный график	13
5.4. Рабочие программы дисциплин	13
5.5. Практическая подготовка обучающихся	14
5.6. Практики основной профессиональной образовательной программы	14
5.7. Оценочные средства	19
5.8. Государственная итоговая аттестация	20
5.9. Рабочая программа воспитания	21
6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	21
6.1. Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации образовательной программы	21
6.2. Сведения об информационно-библиотечном обеспечении, необходимом для реализации образовательной программы	22
6.3. Сведения о материально-техническом обеспечении учебного процесса	22
6.4. Сведения о финансовых условиях реализации образовательной программы	23
6.5. Характеристики социокультурной среды университета, обеспечивающий развитие социально-личностных компетенций выпускников	23
6.6. Механизм оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВО	24
6.7. Условия освоения образовательной программы обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами	24
7. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ	26
8. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	27

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Понятие основной профессиональной образовательной программы

Государственное образовательное учреждение "Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко" (далее - ГОУ "ПГУ им. Т.Г. Шевченко", "Университет") утверждает основную профессиональную образовательную программу (далее – ОПОП), реализуемую по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратура), программа магистратуры «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии», которая представляет собой систему документов с учетом потребностей регионального рынка труда на основе государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженного с профессиональной деятельностью выпускника: 11.005 Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации, 11.008 Специалист по производству продукции печатных средств массовой информации.

ОПОП регламентирует цели, ожидаемые результаты обучения, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускников по данному направлению подготовки включает в себя: учебно-методическую документацию (учебный план с календарным учебным графиком, рабочие программы дисциплин (модулей), включая оценочные средства) рабочие программы практики государственной итоговой аттестации, методические указания для самостоятельной работы и методические указания для выполнения ВКР, утвержденные на заседании кафедры.

ОПОП имеет своей целью развитие у обучающихся личностных качеств, а также формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями образовательного стандарта по данному направлению подготовки.

В области обучения целью ОПОП является формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, позволяющих выпускнику успешно решать профессиональные задачи в соответствии с типами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа.

В области воспитания целью ОПОП является оказание содействия формированию личности обучающегося на основе присущей современному обществу системы ценностей, развитие у студентов личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности, целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, самостоятельности, гражданственности, толерантности.

Основная профессиональная образовательная программа в составе общей характеристики, учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ учебных дисциплин, рабочих программ практик, программы государственной итоговой аттестации, оценочных средств, методических и иных материалов подлежат размещению на официальном Интернет-сайте университета в разделе «Сведения об образовательной организации» подразделе «Образование».

1.2. Нормативные документы

Образовательная программа разработана в соответствии с требованиями нормативных правовых актов:

- Федеральный закон Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ.
- Закон Приднестровской Молдавской Республики «Об образовании» от 27 июня 2003 г. № 294-З-П.
- Государственный образовательный стандарт высшего образования (ГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 года № 528.

- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 6 апреля 2021 года № 245 (далее – Порядок организации образовательной деятельности).
- Положения о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего профессионального образования: по программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденное приказом Министерства просвещения Приднестровской Молдавской Республики от 15 мая 2018г. № 458.
- Устав государственного образовательного учреждения ГОУ "ПГУ им. Т.Г. Шевченко".
- Иные нормативные правовые акты, регламентирующие в сфере образования.

Принятые сокращения:

ВКР – выпускная квалификационная работа;

ВО – высшее образование;

ГИА – государственная итоговая аттестация;

з.е. – зачетная единица;

ОВЗ – ограниченные возможности здоровья;

ОПК – общепрофессиональная компетенция;

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа;

ПК – профессиональная компетенция;

УК – универсальная компетенция;

ЭИОС – электронная информационно-образовательная среда;

ГОС ВО – государственный образовательный стандарт высшего образования;

ФОС – фонд оценочных средств.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

2.1. Цель основной профессиональной образовательной программы

Основная профессиональная образовательная программа по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, программа магистратуры «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии» имеет цель развитие у студентов личностных качеств, а также формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ГОС ВО.

В области воспитания целью ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, программа магистратуры «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии» является формирование социально-личностных качеств обучающихся: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, гражданственности, коммуникативности, толерантности.

2.2. Типы задач и объекты профессиональной деятельности выпускников

Типы задач профессиональной деятельности выпускников

В рамках программы магистратуры выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- организационно-управленческий
- проектно-аналитический
- производственно-технологический

Перечень основных объектов (или областей знания) профессиональной деятельности выпускников:

- текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности

2.3. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с государственным образовательным стандартом

Перечень профессиональных стандартов (при наличии), соотнесенных с государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Область профессиональной деятельности	Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции	Трудовые функции
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия	11.005 Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации	В Управление созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ	В/01.7 Руководство структурным подразделением для выпуска в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ В/02.7 Оценка рейтинговых позиций существующих продуктов телерадиовещательных СМИ и планирование будущих проектов В/03.7 Организация работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи В/04.7 Продвижение продуктов телерадиовещательных СМИ
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия	11.008 Специалист по производству продукции печатных средств массовой информации	В Организация и контроль выпуска продукции печатного СМИ	В/01.7 Руководство отделом допечатной подготовки В/02.7 Распределение материалов между отделами В/03.7 Прием выполненной работы

2.4. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников (по типам)

Область профессиональной деятельности	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания) (при необходимости)
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия	организационно-управленческий	Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
	проектно-аналитический	Создание концепции, планирование реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и

			другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
	производственно-технологический	Системное выстраивание производственного процесса выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных технологий	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности

3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, РЕАЛИЗУЕМОЙ В РАМКАХ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ

3.1. Программа магистратуры образовательной программы в рамках Направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программа магистратуры образовательной программы конкретизирует ориентацию ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью область или сферу профессиональной деятельности, и (или) тип задач профессиональной деятельности и (или) объект профессиональной деятельности.

Программа магистратуры ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью – профиль: «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии».

3.2. Трудоемкость, срок освоения ОПОП ВО, квалификация выпускника

Квалификация	Нормативный срок обучения (в годах)			Трудоемкость (в зачетных единицах)
	очно	очно-заочно	заочно	
Магистр	2 года		2года 4 месяца	120

3.3. Язык образования

Русский язык

3.4. Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

Освоение содержания программы предполагает использование дистанционных образовательных технологий, системы электронного обучения. Использование дистанционных образовательных технологий подразумевает: самостоятельную образовательную деятельность обучающихся, обеспеченную куратором и преподавателями курса; использование программных продуктов; различных Интернет-сервисов для организации образовательной деятельности.

При электронном обучении обучающиеся осваивают самостоятельно представленный в ЭИОС Университета теоретический материал, выполняют практические задания, получают консультации куратора и преподавателей по вопросам организации обучения, освоения теоретического материала, выполнения практических заданий. При дистанционном обучении используются такие методы, как видеолекция, видеосеминар.

Реализация программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль: «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии» с использованием дистанционных образовательных технологий/электронного обучения возможна на основании приказа ректора.

3.5. Ключевые партнеры образовательной программы

Ключевыми партнерами, участвующими в формировании и реализации ОПОП ВО являются:

- Министерство внутренних дел Приднестровской Молдавской Республики
ОПОП ВО рассмотрена и одобрена для реализации:
Министерство внутренних дел ПМР,
- Министр
В.Н. Нягу

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части

4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

В соответствии с ГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль: «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии» выпускник, освоивший программу магистратуры должен обладать следующими универсальными компетенциями:

Категория универсальных компетенций	Код универсальной компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует теорию понятий, правила сопоставления различных типов источников с целью получения достоверной информации, основные концепции и методы содержательного анализа текстов; УК-1.2 Проводит анализ правдоподобных умозаключений, умозаключений по аналогии; УК-1.3 Обладает логическими навыками работы с текстами и содержащимися в них смысловыми конструкциями, навыками доказательств и опровержений
Разработка и реализация проектов	УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Знает проблемное поле философских дисциплин в контексте конкретизации специфики современного этапа развития научного знания; социально-политический, этический, антропологический контекст развития науки в его исторической динамике; принципы case study и примеры их реализации в исследовании; УК-2.2 Выявляет внутри научные и внешние социокультурные, социально-политические, экономические и прочие факторы развития научной деятельности; анализирует теоретико-познавательную,

			методологическую, социально-политическую и этико-аксиологическую специфику отдельных областей научного знания; УК-2.3 Владеет концептуальными средствами и основными приемами теоретико-познавательного, методологического, социально-политического и этико-аксиологического анализа конкретных областей научного знания
Командная работа и лидерство	УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели; УК-3.2 Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (в том числе критические) людей с которыми работает; УК-3.3 Обладает навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон
Коммуникация	УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий (информационные технологии, модерирование, медиация и другое) для обеспечения академического и профессионального взаимодействия; УК-4.2 Применяет современные средства коммуникации для повышения эффективности академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном (ых) языке (ах); УК-4.3 Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Формирует единое ценностное пространство корпоративной культуры, согласовывая культурные, конфессиональные и этнические различия; УК-5.2 Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая

			мировые религии, философские и этические течения.; УК-5.3 Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Находит, обобщает и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития; УК-6.2 Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя реалистические цели профессионального роста; УК-6.3 Планирует профессиональную траекторию с учетом профессиональных особенностей, а также других видов деятельности и требований рынка труда

4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

В соответствии с ГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль: «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии» выпускник, освоивший программу магистратуры должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями:

Код общепрофессиональной компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
ОПК-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1.2 Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем
ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Выявляет причинноследственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов; ОПК-2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или)	ОПК-3.1 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса; ОПК-3.2 Анализирует и использует достижения отечественной и мировой

	коммуникационных продуктов	культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2 Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования
ОПК-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности; ОПК-7.2 Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности

4.1.3.Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения, утвержденные самостоятельно образовательной организацией

В программу магистратуры включены профессиональные компетенции, исходя из направления подготовки программы магистратуры.

Профессиональные компетенции сформированы на основе профессионального стандарта 11.005 Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации, 11.008 Специалист по производству продукции печатных средств массовой информации, соответствующего профессиональной деятельности выпускников, путем отбора соответствующих обобщенных трудовых функций, относящихся к уровню квалификации, требующего освоение программы магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль: «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии» .

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование профессиональных компетенций (ПК)	Индикаторы достижения профессиональных компетенций
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства ПК-1.2 Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-2 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-2.1 Формулирует концепцию научного исследования ПК-2.2 Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации ПК-2.3 Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-3.1 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике ПК-3.2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями) ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями ПК-4.3 Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации
ПК-5 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося	ПК-5.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-5.2 Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с

мирового и отечественного опыта	учетом специфики коммуникационных задач ПК-5.3 Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны
---------------------------------	--

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

5.1. Структура ОПОП

ОПОП включает обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную). Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, составляет не менее 40% общего объема программы магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль: «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии».

В соответствии с ГОС ВО структура программы магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью включает следующие блоки:

Блок 1 «Дисциплины (модули)»;

Блок 2 «Практика»;

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

Структура программы		Объем программы и ее блоков в з.е.	
		в соответствии с требованиями ГОС ВО	установленный Университетом
Блок 1	Дисциплины (модули)	60 – 81	81
Блок 2	Практика	30 – 30	30
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	не менее 6	9
Объем программы бакалавриата		120	120

При реализации программы магистратуры обучающимся обеспечивается возможность освоения элективных дисциплин (модулей) и факультативных дисциплин (модулей).

Факультативные дисциплины (модули) не включаются в объем программы магистратуры.

5.2. Учебный план

Учебный план разработан в соответствии с ГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль: «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии» (и другими нормативными документами) и определяет перечень, трудоемкость, последовательность и распределение по периодам обучения дисциплин (модулей), практик, форм промежуточной и государственной итоговой аттестации.

5.3. Календарный учебный график

Календарный учебный график определяет последовательность реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль: «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии» по годам (включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, каникулы).

5.4. Рабочие программы дисциплин

Основная образовательная программа по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль: «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии» обеспечена рабочими программами всех учебных дисциплин, как обязательной части, так и части, формируемой участниками образовательных отношений.

Рабочие программы дисциплин учебного плана отражают планируемые результаты

обучения – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы. Аннотации рабочих программ дисциплин и рабочих программ практик приведены в Приложении 4.

5.5. Практическая подготовка обучающихся

Практическая подготовка по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль: «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии» организована при реализации дисциплин (модулей): и осуществляется как непосредственно в Университете и его структурных подразделениях, так и в организациях, или их структурных подразделениях, осуществляющих деятельность по профилю образовательной программы (профильных организациях).

Реализация компонентов образовательной программы в форме практической подготовки осуществляется непрерывно, либо путем чередования с реализацией иных компонентов образовательной программы в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом.

При реализации дисциплин (модулей) практическая подготовка предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью. В ОПОП необходимо указать, в рамках проведения практических занятий по каким дисциплинам (модулям) организуется практическая подготовка.

При проведении практик практическая подготовка организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля) / практики	Объем практической подготовки, ч.
1	Б2.О.01.01(Н) Производственная (научно-исследовательская работа)	432
2	Б2.О.01.02(Пд) Производственная практика (преддипломная)	216
3	Б2.В.01.01(П) Производственная (профессионально-творческая)	432
Итого часов по практической подготовке по ОПОП		1080

5.6. Практики основной профессиональной образовательной программы

В соответствии с ГОС ВО практика является обязательной частью ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль: «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии» и представляет собой особый вид учебной деятельности, непосредственно ориентированный на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся.

5.6.1. Производственная практика

Тип практики: Производственная (научно-исследовательская работа)

Объем практики: 432 часа (12 з.е.)

Цель практики: является формирование у обучающихся навыков научно-исследовательской деятельности, в том числе подготовки законченного научного проекта и презентации его результатов в научном сообществе.

Задачами производственной (научно-исследовательская работа) практики являются:

- способность самостоятельно ставить задачи научно-исследовательских работ, самостоятельно выполнять необходимые виды исследований при решении научно-исследовательских задач;

- способность планировать, организовывать и проводить научно-исследовательские и практические работы с применением компьютерных технологий;

- способность к самостоятельной научно-исследовательской работе и к работе в научном коллективе, способность к профессиональной адаптации, к обучению новым методам исследования и технологиям.

Производственная (научно-исследовательская работа) реализуется в обязательной части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью очной формы обучения.

По очной форме обучения в 1, 2, 3, 4 семестре проводится дискретно путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

По заочной форме обучения в 1, 2, 3, 4 семестре проводится дискретно путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

Способы проведения практики: стационарная и/или выездная.

В соответствии с результатами обучения задачами данной практики является формирование следующих компетенций:

УК-1 – Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий

УК-2 – Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-3 – Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

УК-4 – Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

УК-5 – Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

ОПК-1 – Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

ОПК-2 – Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3 – Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4 – Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

ОПК-5 – Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6 – Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7 – Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

ПК-1 – Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-2 – Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с

общественностью

ПК-3 – Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы

ПК-4 – Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-5 – Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта

Производственная (научно-исследовательская работа) проводится на базе сторонней организаций и/или на базе Университета под руководством преподавателей кафедры «Реклама и связи с общественностью».

Тип практики: Производственная практика (преддипломная)

Объем практики: 216 часов (6 з.е.)

Цель практики: систематизация и закрепление ранее полученных знаний по дисциплинам программы магистратуры применительно к практическим задачам рекламы и связей с общественностью, а также усвоение полученных знаний при выполнении профессиональных обязанностей на преддипломной практике, получения практических навыков решения задач, поставленных перед обучающимися в выпускной квалификационной работе.

Задачи:

-углубление и практическое применение знаний, полученных при изучении дисциплин базовой и вариативной части учебной программы;

-изучение современного состояния и перспективных направлений развития рекламы и связей с общественностью;

-выполнение этапов работы в тематике выпускной квалификационной работы, определенных индивидуальным заданием на преддипломную практику, календарным планом, формой представления отчетных материалов и обеспечивающих достижение планируемых результатов;

-оформление отчета, содержащего материалы этапов работы, раскрывающих уровень освоения заданного перечня компетенций и входящих в состав исходных данных для выполнения ВКРМ.

Иные конкретные задачи прохождения преддипломной практики могут быть определены руководителем практики.

Производственная практика (преддипломная) реализуется в обязательной части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

По очной форме обучения в 4 семестре проводится дискретно путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

По заочной форме обучения в 5 семестре проводится дискретно путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

Способы проведения практики: стационарная и/или выездная.

В соответствии с результатами обучения задачами данной практики является формирование следующих компетенций:

УК-1 – Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

УК-2 – Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-3 – Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая

командную стратегию для достижения поставленной цели

УК-4 – Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

УК-5 – Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

ОПК-1 – Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

ОПК-2 – Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3 – Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4 – Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

ОПК-5 – Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6 – Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7 – Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

ПК-1 – Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-2 – Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-3 – Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы

ПК-4 – Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-5 – Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта

Производственная практика (преддипломная) проводится на базе сторонней организаций и/или на базе Университета под руководством преподавателей кафедры «Рекламы и связей с общественностью».

Тип практики: Производственная (профессионально-творческая)

Объем практики: 432 часа (12 з.е.)

Цель практики: является подготовка магистров к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных дисциплин, закрепление теоретических знаний, формирование первичных профессиональных навыков по выбранному направлению; получение необходимых практических знаний и навыков для работы в области рекламы и связей с общественностью, способствовать формированию необходимых качеств и формирования культуры поведения будущего специалиста, обучения навыкам

взаимодействия при осуществлении профессиональной деятельности.

Задачами производственной (профессионально-творческой) практики являются:

- Формирование системных знаний и представлений о профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.
- Выработка целостного понимания принципов и норм деятельности специалиста в области рекламы и связей с общественностью.
- Приобретение знания в области практической реализации рекламы и связей с общественностью в современной организации;
- Сбор практических материалов по темам практики и представление их в отчете;
- Обобщение полученных данных и оценка работы специалиста на объекте прохождения практики, формулировка грамотных выводов для принятия и реализации управленческих решений.

Производственная (профессионально-творческая) реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью очной/заочной формы обучения.

По очной форме обучения в 2, 3 семестре проводится дискретно путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

По заочной форме обучения в 2, 4 семестре проводится дискретно путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

Способы проведения практики: стационарная и/или выездная.

В соответствии с результатами обучения задачами данной практики является формирование следующих компетенций:

ОПК-1 – Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

ОПК-2 – Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3 – Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4 – Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

ОПК-5 – Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6 – Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7 – Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

ПК-1 – Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-2 – Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-3 – Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом

специфики профессиональной сферы

ПК-4 – Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-5 – Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта

Производственная (профессионально-творческая) проводится на базе сторонней организаций и/или на базе Университета под руководством преподавателей кафедры «Рекламы и связей с общественностью».

5.7. Оценочные средства

В соответствии с требованиями ГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль: «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии» разработаны фонды оценочных средств по основной профессиональной образовательной программе «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии».

Фонды оценочных средств состоят из трех частей:

- оценочные средства промежуточной аттестации, включенные в состав рабочих программ учебных дисциплин;
- оценочные средства практики, включенные в состав рабочих программ практик;
- оценочные материалы для государственной итоговой аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся – оценивание промежуточных и окончательных результатов освоения учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практик, предусмотренных образовательной программой. Промежуточная аттестация может завершать как изучение всего объема учебного предмета, курса, отдельной дисциплины (модуля) и практики, так и их частей.

Проведение текущего контроля успеваемости направлено на обеспечение выстраивания образовательного процесса максимально эффективным образом для достижения результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практик.

Текущий контроль и промежуточная аттестации служат основным средством обеспечения в учебном процессе обратной связи между преподавателем и обучающимся, необходимой для стимулирования работы обучающихся и совершенствования методики преподавания учебных дисциплин.

Фонд оценочных средств является частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения обучающимися образовательной программы высшего образования, позволяет оценить достижение запланированных результатов обучения, способствует реализации гарантии качества образования.

ФОС является сводным документом, в котором представлены единообразно разноуровневые, компетентностно-ориентированные оценочные средства по дисциплинам (модулям), практикам ОПОП, позволяющим показать взаимосвязь планируемых (требуемых) результатов образования, формируемых компетенций и результатов обучения на этапах реализации ОПОП.

Фонды оценочных средств включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, зачетов и экзаменов; банки тестовых заданий и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику курсовых проектов/работ, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

Успешность выполнения заданий текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) / практике из фонда оценочных материалов обеспечивается

единообразием их структуры, которая включает в себя:

- проверяемые компетенции, индикатор(-ы) достижения компетенции, образовательные результаты;
- цель выполнения задания (четкая формулировка задания должна способствовать пониманию обучающимся необходимости выполнения задания для формирования компетенций);
- описание задания (объяснение сути выполняемого задания, его характеристика, «пошаговая» инструкция выполнения учебных действий для достижения результата, степень подробности этой инструкции зависит от сформированности учебных умений и навыков студентов);
- источники и литература, необходимые для выполнения задания (некоторые задания требуют специальных указаний и на литературу и источники);
- критерии оценивания качества и уровня выполнения задания и шкалу оценки.

Запланированные результаты обучения по каждой дисциплине (модулю) и практике соотношены с установленными в ОПОП магистратуры индикаторами достижения компетенций.

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам обеспечивает формирование у выпускника всех компетенций, установленных программой магистратуры.

5.8. Государственная итоговая аттестация

Государственная итоговая аттестация (далее - «ГИА») осуществляется после освоения обучающимися в полном объеме учебного плана по основной образовательной программе.

Цель государственной итоговой аттестации заключается в установлении соответствия уровня профессиональной подготовленности выпускника к решению профессиональных задач, а также требованиям к результатам освоения программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии», установленным ГОС ВО и разработанной на его основе настоящей основной образовательной программы.

В состав государственной итоговой аттестации входит подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы демонстрирует уровень сформированности следующих компетенций: УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5.

Выпускная квалификационная работа представляет собой самостоятельно выполненную выпускником письменную работу, содержащую решение задачи либо результаты анализа проблемы, имеющей значение для соответствующей области профессиональной деятельности.

Примерные темы выпускных квалификационных работ содержатся в Программе государственной итоговой аттестации выпускников основной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль: «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии».

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена демонстрирует уровень сформированности следующих компетенций: УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5.

Примерные вопросы государственного экзамена содержатся в Программе государственной итоговой аттестации выпускников основной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль: «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии».

Выпускник основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль: «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии», подтвердивший в рамках государственной

итоговой аттестации необходимый уровень сформированности соответствующих компетенций, необходимых для решения профессиональных задач, завершает обучение по указанной программе уровня образования с получением диплома магистра.

5.9. Рабочая программа воспитания

Рабочая программа воспитания магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль: «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии» - это нормативный документ, который содержит характеристику основных положений воспитательной работы направленной на формирование универсальных компетенций выпускника; информацию об основных мероприятиях, направленных на развитие личности выпускника, создание условий для профессионализации и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Приднестровской Молдавской Республики, природе и окружающей среде.

Рабочая программа воспитания является компонентом основной профессиональной образовательной программы 42.04.01 Реклама и связи с общественностью и представлена в Приложении 3.

6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ресурсное обеспечение основной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль: «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии» формируется на основе требований к условиям реализации ОПОП, определяемых ГОС ВО.

6.1. Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации образовательной программы

Реализация программы магистратуры обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации магистратуры на иных условиях.

Квалификация педагогических работников отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах.

Не менее 70% численности педагогических работников, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Не менее 5% численности педагогических работников, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Не менее 60% процентов численности педагогических работников ГОУ "ПГУ им. Т.Г. Шевченко" и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности ГОУ "ПГУ им. Т.Г. Шевченко" на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Приднестровской Молдавской Республике) и

(или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Приднестровской Молдавской Республике).

Общее руководство научным содержанием программы магистратуры должно осуществляться научно-педагогическим работником Организации, имеющим ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации), осуществляющим самостоятельные научно-исследовательские (творческие) проекты (участвующим в осуществлении таких проектов) по направлению подготовки, имеющим ежегодные публикации по результатам указанной научно-исследовательской (творческой) деятельности в ведущих отечественных и (или) зарубежных рецензируемых научных журналах и изданиях, а также осуществляющим ежегодную апробацию результатов указанной научно-исследовательской (творческой) деятельности на национальных и международных конференциях.

6.2. Сведения об информационно-библиотечном обеспечении, необходимом для реализации образовательной программы

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде Университета.

Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда должны обеспечивать возможность доступа, обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), как на территории ГОУ "ПГУ им. Т.Г. Шевченко", так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда организации обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах; фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программ магистратуры; формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса; взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет».

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих.

При реализации программы магистратуры каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа, обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее. Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих.

6.3. Сведения о материально-техническом обеспечении учебного процесса

Университет, реализующий основную ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль: «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии», располагает соответствующей действующим санитарно-техническим нормам, материально-технической базой, обеспечивающей

проведение всех видов лабораторной, практической, дисциплинарной и междисциплинарной подготовки и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Для проведения занятий всех типов, предусмотренных ОПОП, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, выделяются специальные помещения (учебные аудитории). Кроме того, Университетом предусмотрены также помещения для самостоятельной работы, помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и лаборатории, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) в соответствии с требованиями ГОС ВО.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной учебной мебелью и техническими средствами, служащими для представления учебной информации студентам (столы, стулья, преподавательские кафедры, учебные настенные и интерактивные доски, стенды, учебно-наглядные материалы, раздаточные материалы). Проекционное оборудование предусмотрено для проведения лекционных занятий по всем дисциплинам учебного плана.

Для проведения занятий с использованием информационных технологий выделяются компьютерные классы, имеющие компьютеры с необходимым программным обеспечением. Требования к программному обеспечению определяются рабочими программами дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

6.4. Сведения о финансовых условиях реализации образовательной программы

Финансовое обеспечение реализации программы магистратуры осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования - программ магистратуры и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых законодательством Приднестровской Молдавской Республики.

6.5. Характеристики социокультурной среды университета, обеспечивающий развитие социально-личностных компетенций выпускников

Социально-культурная среда Университета способствует формированию и развитию у обучающихся активной гражданской позиции, становлению их лидерских способностей, коммуникативных и организаторских навыков, умения успешно взаимодействовать в команде. Данные качества позволяют выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности и быть востребованным на рынке труда.

Концепцию формирования среды образовательной организации, обеспечивающую развитие социально-личностных компетенций обучающихся, определяет наличие фонда методов, технологий, способов осуществления воспитательной работы.

Воспитательные задачи Университета, вытекающие из гуманистического характера образования, приоритета общечеловеческих и нравственных ценностей, реализуются в совместной образовательной, научной, производственной, общественной и иной деятельности обучающихся. Воспитательная деятельность в университете осуществляется системно через учебный процесс, производственную практику, научно-исследовательскую работу обучающихся и систему внеучебной работы по всем направлениям.

В Университете воспитательная работа является важной и неотъемлемой частью многоуровневого непрерывного образовательного процесса.

Воспитательная деятельность регламентируется нормативными документами и, в первую очередь, рабочей программой воспитания и календарным планом воспитательной работы, основной целью которых является социализация личности будущего конкурентоспособного специалиста с высшим образованием, обладающего высокой культурой, интеллигентностью, социальной активностью, качествами гражданина-патриота.

В настоящее время календарный план воспитательной работы реализуется по всем ключевым направлениям, которыми являются:

- гражданско-патриотическое воспитание;
- духовно-нравственное воспитание;
- развитие студенческого самоуправления;
- профессионально-трудовое воспитание;
- физическое воспитание;
- культурно-эстетическое воспитание;
- научная деятельность обучающихся;
- правовое воспитание;
- экологическое воспитание и др.

6.6. Механизм оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВО

Внутренняя независимая оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся Университета осуществляется в рамках:

- текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплинам (модулям);
- промежуточной аттестации обучающихся по итогам прохождения практик, промежуточной аттестации обучающихся по итогам выполнения проектов, а также участия в проектной деятельности;
- проведения входного контроля уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины (модуля);
- мероприятий по контролю остаточных знаний обучающихся по ранее изученным дисциплинам (модулям);
- анализа портфолио учебных и внеучебных достижений обучающихся;
- проведения олимпиад и других конкурсных мероприятий по отдельным дисциплинам (модулям);
- государственной итоговой аттестации обучающихся;
- мониторинга качества содержания образовательных программ;
- мониторинг качества учебно-методического обеспечения;
- мониторинга кадрового и материального-технического обеспечения учебного процесса;
- разработки и использования объективных процедур оценки уровня знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников;
- мониторинга трудоустройства выпускников;
- предоставления обучающимся возможности оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом, отдельных дисциплин и практик, а также работы отдельных преподавателей (анкетирование);
- регулярного проведения процедуры самообследования университета.

Внешняя независимая оценка качества образовательной деятельности подготовки обучающихся Университета осуществляется в рамках:

- согласования ОПОП ВО с работодателями;
- прохождения процедуры государственной аккредитации;
- привлечения работодателей к оценке компетенций, полученных в ходе освоения ОПОП ВО, практической подготовки, работе государственных экзаменационных комиссий;
- информирования общественности о результатах своей деятельности, планах, инновациях.

6.7. Условия освоения образовательной программы обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами

При наличии среди обучающихся контингента из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, в силу вступают нижеизложенные особенности:

1. ГОУ "ПГУ им. Т.Г. Шевченко" должен предоставить инвалидам и лицам с

ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) (по их заявлению) возможность обучения по программе бакалавриата, учитывающей особенности их психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости обеспечивающей коррекцию нарушения развития и социальную адаптацию указанных лиц.

2. При обучении по индивидуальному плану инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья срок получения образования по программе бакалавриата может быть увеличен по их заявлению не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

3. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

4. При обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

5. Для инвалидов и лиц с ОВЗ ГОУ "ПГУ им. Т.Г. Шевченко" устанавливает особый порядок освоения дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту с учетом состояния их здоровья.

Образовательный процесс по образовательной программа для обучающихся с ОВЗ в ГОУ "ПГУ им. Т.Г. Шевченко" может быть реализован в следующих формах:

- в общих учебных группах (совместно с другими обучающимися) без или с применением специализированных методов обучения;
- в специализированных учебных группах (совместно с другими обучающимися с данной нозологией) с применением специализированных методов и технических средств обучения;
- по индивидуальному плану;
- применением дистанционных образовательных технологий и/или электронного обучения.

В случае обучения, обучающихся с ОВЗ в общих учебных группах с применением специализированных методов обучения, выбор конкретной методики обучения определяется исходя из рационально-необходимых процедур обеспечения доступности образовательной услуги обучающимся с ОВЗ с учетом содержания обучения, уровня профессиональной подготовки научно-педагогических работников, методического и материально-технического обеспечения, особенностей восприятия учебной информации обучающимися с ОВЗ и т.д.

В случае обучения по индивидуальному плану обучающихся с ОВЗ начальный этап обучения по образовательной программе подразумевает включение в факультативного специализированного адаптационного модуля, предназначенного для социальной адаптации обучающихся к образовательному учреждению и конкретной образовательной программе; направленного на организацию умственного труда обучающихся с ОВЗ, выработку необходимых социальных, коммуникативных и когнитивных компетенций, овладение техническими средствами (в зависимости от нозологии), дистанционными формами и информационными технологиями обучения.

Порядок организации образовательного процесса для обучающихся с ОВЗ, в том числе требования, установленные к оснащенности образовательного процесса по образовательной программе определены утвержденным Положением об организации образовательного процесса для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью в ГОУ "ПГУ им. Т.Г. Шевченко"

7. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ

Должность разработчика	Подпись	ФИО
Доцент кафедры рекламы и связей с общественностью		Леонтьева О.В.

ПРИЛОЖЕНИЯ:

- Приложение 1. Перечень обобщённых трудовых функций.
- Приложение 2. Учебный план
- Приложение 3. Календарный график учебного процесса
- Приложение 4. Аннотации рабочих программ дисциплин и рабочих программ практик
- Приложение 5. Рабочие программы учебных дисциплин.
- Приложение 6. Рабочие программы практик.
- Приложение 7. Фонды оценочных средств дисциплин и практик.
- Приложение 8. Программа Государственной итоговой аттестации
- Приложение 9. ФОС ГИА
- Приложение 10. Рабочая программа воспитания и Календарный план воспитательной работы.
- Приложение 11. Материально-техническое обеспечение.

8. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения	Согласовано: наименование организации- работодателя, должность, ФИО, печать
1				
2				
3				

Приложение 1
Перечень обобщённых трудовых функций

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции	Трудовые функции
11.005 Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации	В Управление созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ	В/01.7 Руководство структурным подразделением для выпуска в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ В/02.7 Оценка рейтинговых позиций существующих продуктов телерадиовещательных СМИ и планирование будущих проектов В/03.7 Организация работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи В/04.7 Продвижение продуктов телерадиовещательных СМИ
11.008 Специалист по производству продукции печатных средств массовой информации	В Организация и контроль выпуска продукции печатного СМИ	В/01.7 Руководство отделом допечатной подготовки В/02.7 Распределение материалов между отделами В/03.7 Прием выполненной работы

Индекс	Наименование и содержание разделов дисциплины (модуля)/ практики	Компетенции		Объем з.е./ч	Форма контроля	Семестр
		Код и наименование компетенции	Код и наименование достижений компетенции			
Б1.О.01	<p>Методика и методология научного исследования Раздел 1. Методология научного исследования как ядро философии науки. Раздел 2. Начало исследования: методы и формы знаний. Раздел 3. Методы и формы познания теоретического уровня. Раздел 4. Предпосылочные методологические структуры в системе теоретического знания. Раздел 5. Новые методологии: компьютеризация, системный подход, синергетика.</p>	<p>УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий</p>	<p>УК-1.1 Анализирует теорию понятий, правила сопоставления различных типов источников с целью получения достоверной информации, основные концепции и методы содержательного анализа текстов; УК-1.2 Проводит анализ правдоподобных умозаключений, умозаключений по аналогии; УК-1.3 Обладает логическими навыками работы с текстами и содержащимися в них смысловыми конструкциями, навыками доказательств и опровержений</p>	3/108	Зачет с оценкой	1
		<p>УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>УК-2.1 Знает проблемное поле философских дисциплин в контексте конкретизации специфики современного этапа развития научного знания; социально-политический, этический, антропологический контекст развития науки в его исторической динамике; принципы case study и примеры их реализации в исследовании; УК-2.2 Выявляет внутри научные и внешние социокультурные, социально-политические, экономические и прочие факторы развития научной деятельности; анализирует теоретико-познавательную, методологическую, социально-политическую и этико-аксиологическую специфику отдельных областей научного знания; УК-2.3 Владеет концептуальными средствами и основными приемами теоретико-познавательного, методологического, социально-политического и этико-аксиологического анализа конкретных областей научного знания</p>			
Б1.О.02	<p>Управление агентством рекламы и связей с общественностью Раздел 1. Обеспечение производственного процесса агентства рекламы и связей с общественностью. Раздел 2. Практические вопросы эффективной работы агентства рекламы и связей с общественностью организации.</p>	<p>УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>УК-3.1 Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели; УК-3.2 Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (в том числе критические) людей с которыми работает; УК-3.3 Обладает навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон</p>	3/108	Зачет	4
		<p>УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>УК-5.1 Формирует единое ценностное пространство корпоративной культуры, согласовывая культурные, конфессиональные и этнические различия; УК-5.3 Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном</p>			

			взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач			
		ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1.2 Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем			
		ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение			
		ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства; ПК-1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры			
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями; ПК-4.3 Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации			
		ПК-5 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-5.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-5.2 Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; ПК-5.3 Формулирует целевой репутационный образ организации/компании/персоны			

Б1.О.03	Планирование и реализация коммуникационных кампаний Раздел 1. Коммуникационная компания в системе коммуникаций предприятий. Раздел 2. Организация и реализация коммуникационной компании.	ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1.2 Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	8/288	Экзамен, Зачет с оценкой	1, 2
		ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2 Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов			
		ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR- агентства; ПК-1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры			
		ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-3.1 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике; ПК-3.2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью			
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями			
Б1.О.04	Теория и практика коммуникации в цифровой сфере Раздел 1. Введение в теорию коммуникации Раздел 2. Социальные сети и цифровая коммуникация Раздел 3. Инструменты и технологии цифровой коммуникации	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий (информационные технологии, модерирование, медиация и другое) для обеспечения академического и профессионального взаимодействия; УК-4.2 Применяет современные средства коммуникации для	8/288	Экзамен, Курсовая работа	1, 2

			повышения эффективности академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном (ых) языке (ах); УК-4.3 Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях			
		ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2 Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов			
		ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования			
Б1.О.05	Коммуникативные технологии в сфере GR Раздел 1. Теоретические основы GR-коммуникаций Раздел 2. Инструменты и каналы GR-коммуникаций Раздел 3. Практическое применение GR-коммуникаций в разных сферах	ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их взаимного освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Выявляет причинноследственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов; ОПК-2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	3/108	Зачет	2
		ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях			
		ПК-4 Способен применять в профессиональной	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии			

		деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями			
Б1.О.06	Стратегический менеджмент в коммуникационной сфере Раздел 1. Теоретические основы стратегического менеджмента. Раздел 2. Формирование и реализация стратегии в коммуникационной среде.	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует теорию понятий, правила сопоставления различных типов источников с целью получения достоверной информации, основные концепции и методы содержательного анализа текстов; УК-1.2 Проводит анализ правдоподобных умозаключений, умозаключений по аналогии; УК-1.3 Обладает логическими навыками работы с текстами и содержащимися в них смысловыми конструкциями, навыками доказательств и опровержений	2/72	Зачет	3
		УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели; УК-3.2 Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (в том числе критические) людей с которыми работает; УК-3.3 Обладает навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон			
		ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1.2 Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем			
		ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства; ПК-1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры			
Б1.О.07	Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью Раздел 1. Введение в маркетинговые исследования в рекламе и связях с	ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на	ОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2 Организует процесс изучения аудиторий и использует	6/216	Зачет с оценкой, Курсовая работа, Экзамен	2, 3

	<p>общественностью Раздел 2. Процесс проведения маркетинговых исследований Раздел 3. Анализ данных и подготовка итогового отчёта о маркетинговом исследовании</p>	<p>медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p>его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p>			
		<p>ПК-2 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПК-2.1 Формулирует концепцию научного исследования; ПК-2.2 Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации; ПК-2.3 Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы</p>			
		<p>ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы</p>	<p>ПК-3.1 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике; ПК-3.2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью</p>			
<p>Б1.О.08</p>	<p>Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью Раздел 1. Теоретические аспекты инноваций в коммуникативно-маркетинговой деятельности. Раздел 2. Направления инноваций в различных сферах рекламы и связей с общественностью.</p>	<p>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>УК-4.1 Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий (информационные технологии, модерирование, медиация и другое) для обеспечения академического и профессионального взаимодействия; УК-4.2 Применяет современные средства коммуникации для повышения эффективности академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном (ых) языке (ах); УК-4.3 Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях</p>	<p>3/108</p>	<p>Зачет</p>	<p>2</p>
		<p>ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм</p>			

			регулирования			
		ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение			
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями; ПК-4.3 Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации			
Б1.О.ДВ. 01.01	Иностранный язык в сфере профессиональной деятельности (английский) Раздел 1. Иностранный язык в сфере профессиональных коммуникаций. Раздел 2. Иностранный язык для академической деятельности.	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий (информационные технологии, модерирование, медиация и другое) для обеспечения академического и профессионального взаимодействия; УК-4.2 Применяет современные средства коммуникации для повышения эффективности академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном (ых) языке (ах); УК-4.3 Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях	5/180	Экзамен	1, 2
Б1.О.ДВ. 01.02	Иностранный язык в сфере профессиональной деятельности (немецкий) Раздел 1. Иностранный язык в сфере профессиональных коммуникаций. Раздел 2. Иностранный язык для академической деятельности	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий (информационные технологии, модерирование, медиация и другое) для обеспечения академического и профессионального взаимодействия; УК-4.2 Применяет современные средства коммуникации для повышения эффективности академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном (ых) языке (ах); УК-4.3 Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях	5/180	Экзамен	1, 2
Б1.О.ДВ. 01.03	Иностранный язык в сфере профессиональной деятельности (французский)	УК-4 Способен применять современные коммуникативные	УК-4.1 Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий (информационные	5/180	Экзамен	1, 2

	Раздел 1. Иностранный язык в сфере профессиональных коммуникаций. Раздел 2. Иностранный язык для академической деятельности	технологии, в том числе на иностранном(ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	технологии, модерирование, медиация и другое) для обеспечения академического и профессионального взаимодействия; УК-4.2 Применяет современные средства коммуникации для повышения эффективности академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном (ых) языке (ах); УК-4.3 Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях			
Б1.В.01	История и философия науки Раздел 1. Гносеология научного познания Раздел 2. Философия научного познания	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует теорию понятий, правила сопоставления различных типов источников с целью получения достоверной информации, основные концепции и методы содержательного анализа текстов; УК-1.2 Проводит анализ правдоподобных умозаключений, умозаключений по аналогии; УК-1.3 Обладает логическими навыками работы с текстами и содержащимися в них смысловыми конструкциями, навыками доказательств и опровержений	3/108	Зачет с оценкой	1
	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Знает проблемное поле философских дисциплин в контексте конкретизации специфики современного этапа развития научного знания; социально-политический, этический, антропологический контекст развития науки в его исторической динамике; принципы case study и примеры их реализации в исследовании; УК-2.2 Выявляет внутри научные и внешние социокультурные, социально-политические, экономические и прочие факторы развития научной деятельности; анализирует теоретико-познавательную, методологическую, социально-политическую и этико-аксиологическую специфику отдельных областей научного знания; УК-2.3 Владеет концептуальными средствами и основными приемами теоретико- познавательного, методологического, социально-политического и этико-аксиологического анализа конкретных областей научного знания				
	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Формирует единое ценностное пространство корпоративной культуры, согласовывая культурные, конфессиональные и этнические различия; УК-5.2 Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические течения.;				

			УК-5.3 Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач			
Б1.В.02	<p>Современные кросс-медийные коммуникации</p> <p>Раздел 1. Современная медиа сфера.</p> <p>Раздел 2. Технологии производства кросс-медиа.</p>	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	<p>УК-4.1 Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий (информационные технологии, модерирование, медиация и другое) для обеспечения академического и профессионального взаимодействия;</p> <p>УК-4.2 Применяет современные средства коммуникации для повышения эффективности академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном (ых) языке (ах);</p> <p>УК-4.3 Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях</p>	4/144	Экзамен	3
		ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	<p>ОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп;</p> <p>ОПК-4.2 Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p>			
		ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<p>ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;</p> <p>ОПК-5.2 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования</p>			
		ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p>ОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение</p>			

		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями; ПК-4.3 Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации			
Б1.В.03	Управление конфликтами в рекламе и связях с общественностью. Раздел 1. Методологические аспекты конфликтологии. Раздел 2. Технологии управления конфликтами в коммуникационной среде.	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели; УК-3.2 Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (в том числе критические) людей с которыми работает; УК-3.3 Обладает навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон	4/144	Экзамен	2
		УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Формирует единое ценностное пространство корпоративной культуры, согласовывая культурные, конфессиональные и этнические различия; УК-5.2 Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические течения; УК-5.3 Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач			
		УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Находит, обобщает и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития; УК-6.2 Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя реалистические цели профессионального роста; УК-6.3 Планирует профессиональную траекторию с учетом профессиональных особенностей, а также других видов деятельности и требований рынка труда			
Б1.В.04	Правовое регулирование медиа Раздел 1. Основы правового регулирования медиа Раздел 2. Регулирование цифровых медиа и интернет-пространства	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует теорию понятий, правила сопоставления различных типов источников с целью получения достоверной информации, основные концепции и методы содержательного анализа текстов; УК-1.2 Проводит анализ правдоподобных умозаключений,	3/108	Зачет с оценкой	1

			умозаключений по аналогии; УК-1.3 Обладает логическими навыками работы с текстами и содержащимися в них смысловыми конструкциями, навыками доказательств и опровержений			
		ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования			
Б1.В.05	Редакторское дело в рекламе и связях с общественностью Раздел 1. Теоретические основы редакторской работы в рекламе и PR Раздел 2. Технологии редактирования рекламных и PR-материалов Раздел 3. Специфика работы редактора в рекламных и PR-агентствах	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели; УК-3.2 Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (в том числе критические) людей с которыми работает; УК-3.3 Обладает навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон	5/180	Экзамен	1
		ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства; ПК-1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры			
		ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-3.1 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике; ПК-3.2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью			
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств,	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа,			

		приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями; ПК-4.3 Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации			
		ПК-5 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-5.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-5.2 Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; ПК-5.3 Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны			
Б1.В.06	Антикризисные коммуникационные стратегии Раздел 1. Теоретические основы антикризисных коммуникаций Раздел 2. Практика антикризисных коммуникационных стратегий	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели; УК-3.2 Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (в том числе критические) людей с которыми работает; УК-3.3 Обладает навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон	2/72	Зачет с оценкой	3
		УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Формирует единое ценностное пространство корпоративной культуры, согласовывая культурные, конфессиональные и этнические различия; УК-5.2 Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические течения.; УК-5.3 Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач			
		УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Находит, обобщает и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития; УК-6.2 Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя реалистические цели профессионального роста; УК-6.3 Планирует профессиональную траекторию с учетом профессиональных особенностей, а также других видов деятельности и требований рынка труда			
		ОПК-4 Способен анализировать	ОПК-4.2 Организует процесс изучения аудиторий и использует			

		<p>потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p>его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p>			
		<p>ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7.1 Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности; ОПК-7.2 Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности</p>			
		<p>ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR- агентства; ПК-1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>			
		<p>ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы</p>	<p>ПК-3.1 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике; ПК-3.2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью</p>			
		<p>ПК-5 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ПК-5.2 Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; ПК-5.3 Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны</p>			
Б1.В.07	<p>Ивент-менеджмент в общественно-культурном пространстве Раздел 1. Индустрия развлечений и массовых и корпоративных мероприятий. Раздел 2. Разработка и планирование мероприятий в сфере культуры.</p>	<p>ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы</p>	<p>ОПК-3.1 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса; ОПК-3.2 Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов</p> <p>ПК-3.1 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и</p>	2/72	Зачет	4

			применяет их на практике; ПК-3.2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью			
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями; ПК-4.3 Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации			
		ПК-5 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-5.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-5.2 Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; ПК-5.3 Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны			
Б1.В.08	Связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления Раздел 1. Специфика связей с общественностью в органах государственной власти. Раздел 2. Взаимодействие органов власти с институтами гражданского общества. Раздел 3. Информационная политика государства.	ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Выявляет причинноследственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов; ОПК-2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	4/144	Экзамен	3
		ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования			
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с			

		современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями; ПК-4.3 Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации			
Б1.В.ДВ. 01.01	Современная медиа культура в бизнес коммуникациях Раздел 1. Медиа культура в глобальном информационном пространстве. Раздел 2. Роль медиа культуры в бизнесе.	ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1.2 Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	4/144	Экзамен	4
		ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования			
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями			
Б1.В.ДВ. 01.02	Медиа культура в публичных коммуникациях Раздел 1. Медиа культура в глобальном информационном пространстве. Раздел 2. Медиа культура в публичном пространстве.	ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или)	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1.2 Управляет процессом подготовки востребованных	4/144	Экзамен	4

		медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем			
		ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования			
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями			
Б1.В.ДВ. 02.01	Социальные сети как средство коммуникации Раздел 1. Основы коммуникаций в социальных сетях. Раздел 2. Практика и аналитика в социальных сетях.	ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2 Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов	3/108	Экзамен	4
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями			
Б1.В.ДВ. 02.02	Социальные медиа Раздел 1. Теоретические основы социальных медиа	ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и	ОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах	3/108	Экзамен	4

	Раздел 2. Практика управления социальными медиа	интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2 Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов			
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями			
Б1.В.ДВ. 03.01	Индустрия визуальных коммуникаций Раздел 1. Теория визуальных коммуникаций. Раздел 2. Проектирование в сфере визуальных коммуникаций.	ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1.2 Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	3/108	Зачет с оценкой	3
		ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение			
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями			
Б1.В.ДВ. 03.02	Интеграция бренда в визуальных коммуникациях Раздел 1. Теоретические основы визуальной идентичности бренда Раздел 2. Практика интеграции бренда в визуальные коммуникации	ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1.2 Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных	3/108	Зачет с оценкой	3

		учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем			
		ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение			
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями			
Б1.В.ДВ.04.01	Коммуникационные стратегии продвижения продаж Раздел 1. Теоретические аспекты управления продажами. Раздел 2. Коммуникационные каналы управления продаж.	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	3/108	Зачет с оценкой	3
		ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-3.1 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике; ПК-3.2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью			
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями			
		ПК-5 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или)	ПК-5.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и			

		иногo коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	отечественного опыта; ПК-5.2 Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; ПК-5.3 Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны			
Б1.В.ДВ. 04.02	Управление каналами продаж Раздел 1. Теоретические аспекты управления каналами продаж. Раздел 2. Коммуникационные каналы управления продажами.	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	3/108	Зачет с оценкой	3
		ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-3.1 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике; ПК-3.2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью			
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями			
		ПК-5 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иногo коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-5.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-5.2 Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; ПК-5.3 Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны			
Б2.О.01. 01(Н)	Производственная (научно-исследовательская работа) Раздел 1. Выбор и обоснования темы НИР. Раздел 2. Аналитическая работа по теме НИР. Раздел 2. Результаты и апробация НИР.	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует теорию понятий, правила сопоставления различных типов источников с целью получения достоверной информации, основные концепции и методы содержательного анализа текстов; УК-1.2 Проводит анализ правдоподобных умозаключений, умозаключений по аналогии; УК-1.3 Обладает логическими навыками работы с текстами и содержащимися в них смысловыми конструкциями, навыками доказательств и опровержений	12/432	Зачет, Зачет с оценкой, Зачет с оценкой	1, 2, 3, 4
		УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах	УК-2.1 Знает проблемное поле философских дисциплин в			

		его жизненного цикла	контексте конкретизации специфики современного этапа развития научного знания; социально-политический, этический, антропологический контекст развития науки в его исторической динамике; принципы case study и примеры их реализации в исследовании; УК-2.2 Выявляет внутри научные и внешние социокультурные, социально-политические, экономические и прочие факторы развития научной деятельности; анализирует теоретико-познавательную, методологическую, социально-политическую и этико-аксиологическую специфику отдельных областей научного знания; УК-2.3 Владеет концептуальными средствами и основными приемами теоретико-познавательного, методологического, социально-политического и этико-аксиологического анализа конкретных областей научного знания			
		УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели; УК-3.2 Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (в том числе критические) людей с которыми работает; УК-3.3 Обладает навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон			
		УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий (информационные технологии, модерирование, медиация и другое) для обеспечения академического и профессионального взаимодействия; УК-4.2 Применяет современные средства коммуникации для повышения эффективности академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном (ых) языке (ах); УК-4.3 Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях			
		УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Формирует единое ценностное пространство корпоративной культуры, согласовывая культурные, конфессиональные и этнические различия; УК-5.2 Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и			

			этические течения.; УК-5.3 Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач		
		УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Находит, обобщает и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития; УК-6.2 Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя реалистические цели профессионального роста; УК-6.3 Планирует профессиональную траекторию с учетом профессиональных особенностей, а также других видов деятельности и требований рынка труда		
		ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1.2 Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем		
		ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Выявляет причинноследственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов; ОПК-2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов		
		ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса; ОПК-3.2 Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов		
		ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2 Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов		
		ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития	ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном,		

		<p>медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования</p>		
		<p>ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>ОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение</p>		
		<p>ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7.1 Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности; ОПК-7.2 Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности</p>		
		<p>ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства; ПК-1.2 Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>		
		<p>ПК-2 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПК-2.1 Формулирует концепцию научного исследования; ПК-2.2 Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации</p>		
		<p>ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы</p>	<p>ПК-3.1 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и</p>		

			применяет их на практике; ПК-3.2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью			
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями; ПК-4.3 Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации			
		ПК-5 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-5.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-5.2 Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; ПК-5.3 Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны			
Б2.О.01.02(Пд)	Производственная практика (преддипломная) Раздел 1. Этап подготовки к практике Раздел 2. Этап реализации Раздел 3. Заключительный этап	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует теорию понятий, правила сопоставления различных типов источников с целью получения достоверной информации, основные концепции и методы содержательного анализа текстов; УК-1.2 Проводит анализ правдоподобных умозаключений, умозаключений по аналогии; УК-1.3 Обладает логическими навыками работы с текстами и содержащимися в них смысловыми конструкциями, навыками доказательств и опровержений	6/216	Зачет с оценкой	4
		УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Знает проблемное поле философских дисциплин в контексте конкретизации специфики современного этапа развития научного знания; социально-политический, этический, антропологический контекст развития науки в его исторической динамике; принципы case study и примеры их реализации в исследовании; УК-2.2 Выявляет внутри научные и внешние социокультурные, социально-политические, экономические и прочие факторы развития научной деятельности; анализирует теоретико-познавательную, методологическую, социально-политическую и этико-аксиологическую специфику отдельных областей научного знания; УК-2.3 Владеет концептуальными средствами и основными приемами			

			теоретико- познавательного, методологического, социально-политического и этико-аксиологического анализа конкретных областей научного знания			
		УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели; УК-3.2 Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (в том числе критические) людей с которыми работает; УК-3.3 Обладает навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон			
		УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий (информационные технологии, модерирование, медиация и другое) для обеспечения академического и профессионального взаимодействия; УК-4.2 Применяет современные средства коммуникации для повышения эффективности академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном (ых) языке (ах); УК-4.3 Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях			
		УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Формирует единое ценностное пространство корпоративной культуры, согласовывая культурные, конфессиональные и этнические различия; УК-5.2 Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические течения.; УК-5.3 Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач			
		УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Находит, обобщает и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития; УК-6.2 Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя реалистические цели профессионального роста; УК-6.3 Планирует профессиональную траекторию с учетом профессиональных особенностей, а также других видов деятельности и требований рынка труда			
		ОПК-1 Способен планировать,	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства			

		<p>организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1.2 Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p>			
		<p>ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ОПК-2.1 Выявляет причинноследственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов; ОПК-2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>			
		<p>ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ОПК-3.1 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса; ОПК-3.2 Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов</p>			
		<p>ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p>ОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2 Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p>			
		<p>ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования</p>			
		<p>ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические</p>	<p>ОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и</p>			

		средства и информационно-коммуникационные технологии	расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение			
		ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности; ОПК-7.2 Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности			
		ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства; ПК-1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры			
		ПК-2 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-2.1 Формулирует концепцию научного исследования; ПК-2.2 Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации			
		ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-3.1 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике; ПК-3.2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью			
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями; ПК-4.3 Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной			

			культуры организации			
		ПК-5 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-5.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-5.2 Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; ПК-5.3 Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны			
Б2.В.01.01(П)	Производственная (профессионально-творческая) Раздел 1. Подготовительный этап Раздел 2. Производственный этап Раздел 3. Проектно – аналитический этап Раздел 4. Отчетный этап	ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1.2 Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	12/432	Зачет, Зачет с оценкой	2, 3
		ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Выявляет причинноследственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов; ОПК-2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов			
		ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса; ОПК-3.2 Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов			
		ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2 Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов			
		ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования,	ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных			

		правовых и этических норм регулирования	коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования			
		ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение			
		ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности; ОПК-7.2 Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности			
		ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства; ПК-1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры			
		ПК-2 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-2.1 Формулирует концепцию научного исследования; ПК-2.2 Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации; ПК-2.3 Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы			
		ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-3.1 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и			

			применяет их на практике; ПК-3.2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью			
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями; ПК-4.3 Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации			
		ПК-5 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-5.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-5.2 Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; ПК-5.3 Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны			
Б3.01(Г)	<p>Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена</p> <p>Государственный экзамен носит междисциплинарный характер. Программа охватывает спектр фундаментальных вопросов по основным курсам, изучаемым за период обучения:</p> <p>Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью, Теория и практика коммуникации в цифровой сфере, Планирование и реализация коммуникационных кампаний, Редакторское дело в рекламе и связях с общественностью.</p> <p>Экзамен проводится в устной форме и, наряду, с требованиями к содержанию указанных дисциплин, учитывает также общие требования к выпускнику, предусмотренные государственным стандартом ФГОС ВО по направлению подготовки 5.42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратура), профиль «PR-технологии в современной коммуникативной индустрии»</p>	<p>УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p> <p>УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>УК-1.1 Анализирует теорию понятий, правила сопоставления различных типов источников с целью получения достоверной информации, основные концепции и методы содержательного анализа текстов;</p> <p>УК-1.2 Проводит анализ правдоподобных умозаключений, умозаключений по аналогии;</p> <p>УК-1.3 Обладает логическими навыками работы с текстами и содержащимися в них смысловыми конструкциями, навыками доказательств и опровержений</p> <p>УК-2.1 Знает проблемное поле философских дисциплин в контексте конкретизации специфики современного этапа развития научного знания; социально-политический, этический, антропологический контекст развития науки в его исторической динамике; принципы case study и примеры их реализации в исследовании;</p> <p>УК-2.2 Выявляет внутри научные и внешние социокультурные, социально-политические, экономические и прочие факторы развития научной деятельности; анализирует теоретико-познавательную, методологическую, социально-политическую и этико-аксиологическую специфику отдельных областей научного знания;</p> <p>УК-2.3 Владеет концептуальными средствами и основными приемами</p>	3/108	Экзамен	4

	теоретико- познавательного, методологического, социально-политического и этико-аксиологического анализа конкретных областей научного знания
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели; УК-3.2 Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (в том числе критические) людей с которыми работает; УК-3.3 Обладает навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий (информационные технологии, модерирование, медиация и другое) для обеспечения академического и профессионального взаимодействия; УК-4.2 Применяет современные средства коммуникации для повышения эффективности академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном (ых) языке (ах); УК-4.3 Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Формирует единое ценностное пространство корпоративной культуры, согласовывая культурные, конфессиональные и этнические различия; УК-5.2 Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические течения.; УК-5.3 Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Находит, обобщает и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития; УК-6.2 Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя реалистические цели профессионального роста; УК-6.3 Планирует профессиональную траекторию с учетом профессиональных особенностей, а также других видов деятельности и требований рынка труда
ОПК-1 Способен планировать,	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства

<p>организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1.2 Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p>
<p>ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ОПК-2.1 Выявляет причинноследственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов; ОПК-2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
<p>ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ОПК-3.1 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса; ОПК-3.2 Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов</p>
<p>ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p>ОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2 Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p>
<p>ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования</p>
<p>ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические</p>	<p>ОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и</p>

средства и информационно-коммуникационные технологии	расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение
ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности; ОПК-7.2 Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности
ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства; ПК-1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-2 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-2.1 Формулирует концепцию научного исследования; ПК-2.2 Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-3.1 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике; ПК-3.2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями; ПК-4.3 Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной

			культуры организации			
		ПК-5 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-5.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-5.2 Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; ПК-5.3 Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны			
Б3.02(Д)	<p>Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.</p> <p>Раздел 1. Подготовительный этап</p> <p>Раздел 2. Экспериментальный этап: проведение полевого этапа работы по программе социологического исследования</p>	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует теорию понятий, правила сопоставления различных типов источников с целью получения достоверной информации, основные концепции и методы содержательного анализа текстов; УК-1.2 Проводит анализ правдоподобных умозаключений, умозаключений по аналогии; УК-1.3 Обладает логическими навыками работы с текстами и содержащимися в них смысловыми конструкциями, навыками доказательств и опровержений	6/216	Экзамен	4
		УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Знает проблемное поле философских дисциплин в контексте конкретизации специфики современного этапа развития научного знания; социально-политический, этический, антропологический контекст развития науки в его исторической динамике; принципы case study и примеры их реализации в исследовании; УК-2.2 Выявляет внутри научные и внешние социокультурные, социально-политические, экономические и прочие факторы развития научной деятельности; анализирует теоретико-познавательную, методологическую, социально-политическую и этико-аксиологическую специфику отдельных областей научного знания; УК-2.3 Владеет концептуальными средствами и основными приемами теоретико-познавательного, методологического, социально-политического и этико-аксиологического анализа конкретных областей научного знания			
		УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели; УК-3.2 Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (в том числе критические) людей с которыми работает; УК-3.3 Обладает навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон			
		УК-4 Способен применять современные	УК-4.1 Обосновывает выбор актуальных коммуникативных			

		коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	технологий (информационные технологии, модерирование, медиация и другое) для обеспечения академического и профессионального взаимодействия; УК-4.2 Применяет современные средства коммуникации для повышения эффективности академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном (ых) языке (ах); УК-4.3 Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях		
		УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Формирует единое ценностное пространство корпоративной культуры, согласовывая культурные, конфессиональные и этнические различия; УК-5.2 Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические течения.; УК-5.3 Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач		
		УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Находит, обобщает и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития; УК-6.2 Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя реалистические цели профессионального роста; УК-6.3 Планирует профессиональную траекторию с учетом профессиональных особенностей, а также других видов деятельности и требований рынка труда		
		ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1.2 Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем		
		ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или)	ОПК-2.1 Выявляет причинноследственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов; ОПК-2.2 Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с		

коммуникационных продуктах	общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса; ОПК-3.2 Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов
ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2 Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов
ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение
ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности; ОПК-7.2 Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и

			реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности			
		ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR- агентства; ПК-1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры			
		ПК-2 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-2.1 Формулирует концепцию научного исследования; ПК-2.2 Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации			
		ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-3.1 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике; ПК-3.2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью			
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями; ПК-4.3 Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации			
		ПК-5 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-5.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-5.2 Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; ПК-5.3 Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны			
ФТД.01	Тайм – менеджмент Раздел 1. Система персонального учёта времени Раздел 2. Коммуникации в тайм-менеджменте	УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Находит, обобщает и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития; УК-6.2 Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя реалистические цели профессионального роста;	2/72	Зачет	2

			УК-6.3 Планирует профессиональную траекторию с учетом профессиональных особенностей, а также других видов деятельности и требований рынка труда			
ФТД.02	Основы переговорного процесса в связях с общественностью Раздел 1. Переговоры как форма деловой коммуникации Раздел 2. Управление переговорным процессом в связях с общественностью	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Формирует единое ценностное пространство корпоративной культуры, согласовывая культурные, конфессиональные и этнические различия; УК-5.2 Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические течения.; УК-5.3 Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач	2/72	Зачет с оценкой	3
		УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Находит, обобщает и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития; УК-6.2 Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя реалистические цели профессионального роста			
ФТД.03	Презентация данных в рекламе и связях с общественностью Раздел 1. Общие сведения о презентациях. Раздел 2. Этапы подготовки презентации	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6.2 Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	2/72	Зачет	4
		ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); ПК-4.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями			

Материально-техническое обеспечение основной образовательной программы высшего образования – программы Магистратуры

42.04.01 Реклама и связи с общественностью – профиль PR-технологии в современной коммуникативной индустрии

Индекс	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
Б1.О.01	Методика и методология научного исследования	<p>Учебная аудитория № 102 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p> <p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б
Б1.О.02	Управление агенством рекламы и связей с общественностью	<p>Учебная аудитория № 112 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p> <p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком;</p>	Учебная аудитория № 112 корпус 6 специализированная мебель. Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для

		<p>компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари. Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	<p>конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари. Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>
Б1.О.03	Планирование и реализация коммуникационных кампаний	<p>Учебная аудитория № 101 корпус 6 специализированная мебель. Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари. Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер</p>	<p>Учебная аудитория № 101 корпус 6 специализированная мебель. Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного</p>

		(freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware),VLC mediaplayer (freesoftware).	оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари. Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware),VLC mediaplayer (freesoftware).
Б1.О.04	Теория и практика коммуникации в цифровой сфере	Учебная аудитория № 102 корпус 6 специализированная мебель. Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари. Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware),VLC mediaplayer (freesoftware).	Учебная аудитория № 102 корпус 6 специализированная мебель. Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари. Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware),VLC mediaplayer (freesoftware).

Б1.О.05	Коммуникативные технологии в сфере GR		
Б1.О.06	Стратегический менеджмент в коммуникационной сфере	<p>Учебная аудитория № 227 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p> <p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	<p>Учебная аудитория № 227 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p> <p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>
Б1.О.07	Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью	<p>Учебная аудитория № 105 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p> <p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б

		<p>информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware),VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	
Б1.О.08	<p>Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью</p>	<p>Учебная аудитория № 226 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware),VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б
Б1.О.ДВ. 01.01	<p>Иностранный язык в сфере профессиональной деятельности (английский)</p>	<p>Учебная аудитория № 103 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б

		<p>микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	
Б1.О.ДВ. 01.02	Иностранный язык в сфере профессиональной деятельности (немецкий)	<p>Учебная аудитория № 101 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б
Б1.О.ДВ. 01.03	Иностранный язык в сфере профессиональной деятельности (французский)	<p>Учебная аудитория № 103 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком;</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б

		<p>компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	
Б1.В.01	История и философия науки	<p>Учебная аудитория № 101 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p> <p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б
Б1.В.02	Современные кросс-медийные коммуникации	<p>Учебная аудитория № 112 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p> <p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина,</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б

		<p>переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	
Б1.В.03	Управление конфликтами в рекламе и связях с общественностью	<p>Учебная аудитория № 223 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p> <p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б
Б1.В.04	Правовое регулирование медиа	<p>Учебная аудитория № 227 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p> <p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV,</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б

		<p>МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	
Б1.В.05	Редакторское дело в рекламе и связях с общественностью	<p>Учебная аудитория № 226 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p> <p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б
Б1.В.06	Антикризисные коммуникационные стратегии	<p>Учебная аудитория № 231 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б

		<p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	
Б1.В.07	Ивент-менеджмент в общественно-культурном пространстве	<p>Учебная аудитория № 102 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p> <p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б
Б1.В.08	Связи с общественностью в системе государственного и	Учебная аудитория № 103 корпус 6 специализированная мебель.	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б

	муниципального управления	<p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари. Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware),VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	
Б1.В.ДВ. 01.01	Современная медиа культура в бизнес коммуникациях	<p>Учебная аудитория № 209 корпус 6 специализированная мебель. Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари. Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware),VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б

Б1.В.ДВ. 01.02	Медиа культура в публичных коммуникациях	<p>Учебная аудитория № 226 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p> <p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б
Б1.В.ДВ. 02.01	Социальные сети как средство коммуникации	<p>Учебная аудитория № 102 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p> <p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б

		(freesoftware),VLC (freesoftware).	mediaplayer	
--	--	---------------------------------------	-------------	--

Б1.В.ДВ. 02.02	Социальные медиа	<p>Учебная аудитория № 102 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б
Б1.В.ДВ. 03.01	Индустрия визуальных коммуникаций	<p>Учебная аудитория № 105 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б
Б1.В.ДВ. 03.02	Интеграция бренда в визуальных коммуникациях	Учебная аудитория № 227 корпус 6 специализированная мебель.	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б

		<p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари. Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	
Б1.В.ДВ. 04.01	Коммуникационные стратегии продвижения продаж	<p>Учебная аудитория № 231 корпус 6 специализированная мебель. Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари. Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б
Б1.В.ДВ. 04.02	Управление каналами продаж	<p>Учебная аудитория № 226 корпус 6 специализированная мебель. Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б

		<p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	
Б2.О.01.01(Н)	Производственная (научно-исследовательская работа)	<p>Учебная аудитория № 209 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p> <p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p> <p>Учебная аудитория № 227 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p> <p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором,</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б

		<p>стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	
Б2.О.01.02(Пд)	Производственная практика (преддипломная)	<p>Учебная аудитория № 103 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p> <p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б
Б2.В.01.01(П)	Производственная (профессионально-творческая)	<p>Учебная аудитория № 227 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p> <p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б

		<p>конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	<p>Учебная аудитория № 207 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	<p>Учебная аудитория № 105 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б

		и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари. Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).	
ФТД.01	Тайм - менеджмент	Учебная аудитория № 102 корпус 6 специализированная мебель. Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари. Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б
ФТД.02	Основы переговорного процесса в связях с общественностью	Учебная аудитория № 103 корпус 6 специализированная мебель. Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б

		<p>микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	
ФТД.03	Презентация данных в рекламе и связях с общественностью	<p>Учебная аудитория № 105 корпус 6 специализированная мебель.</p> <p>Аудитория для самостоятельной работы № 105, корпус 6:</p> <p>специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари.</p> <p>Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freesoftware), Яндекс Браузер (freesoftware), MozillaFirefox (freesoftware), AdobeAcrobatReader DC (freesoftware), VLC mediaplayer (freesoftware).</p>	г. Тирасполь, ул. Горького 110 Б