

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

“УТВЕРЖДАЮ”



Первый проректор

Г.И. Расторгуев

2016 г.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Социальные коммуникации

Основной вид деятельности: рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая

Квалификация: Бакалавр

Форма обучения: очная

Год начала подготовки по образовательной программе: 2013

Новосибирск 2016

Образовательная программа 42.03.01 Реклама и связи с общественностью обсуждена на заседании кафедры Социально-массовых коммуникаций, протокол заседания кафедры № 11____ от 31.08.2016 г.

Заведующий кафедрой:

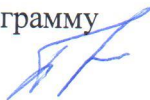
д.кл.н., доцент Г.Б. Паршукова



Образовательная программа утверждена на ученом совете факультета гуманитарного образования, протокол №10 от 31.08.2016 г.

Ответственный за образовательную программу

д.кл.н., доцент Г.Б. Паршукова



декан ФГО:

д.ф.н., профессор М.В. Ромм



СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения	4
2. Квалификационная характеристика выпускника	8
3. Содержание образовательной программы	17
4. Условия реализации образовательной программы подготовки	19
5. Оценка качества подготовки студентов и выпускников	20
6. Особенности реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	21
Приложение	22

1. Общие положения

1.1 Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса

Образовательная программа, реализуемая по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде следующего комплекта документов:

- общей характеристики образовательной программы высшего образования;
- учебного плана;
- календарного учебного графика;
- рабочих программ дисциплин (модулей);
- программ практик;
- фондов оценочных средств по дисциплинам и государственной итоговой аттестации;
- методических материалов.

Информация об образовательной программе размещена на официальном сайте НГТУ в сети «Интернет» <http://www.nstu.ru/sveden/education>.

Комплект документов по образовательной программе обновляется ежегодно с учетом развития науки, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы.

1.1.1 В общей характеристике образовательной программы указываются:

- код и наименование направления подготовки;
- направленность (профиль) образовательной программы;
- квалификация, присваиваемая выпускникам;
- вид профессиональной деятельности, к которому готовятся выпускники;
- планируемые результаты освоения образовательной программы – компетенции, которыми должны обладать выпускники:
 - установленные образовательным стандартом;
 - установленные организацией дополнительно к компетенциям, установленным образовательным стандартом, с учетом направленности (профиля) образовательной программы;
- планируемые результаты обучения по каждой дисциплине (модулю) и практике - знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

В качестве приложений к основной характеристике образовательной программы приводятся: матрица освоения компетенций; сведения о профессорско-преподавательском составе, участвующем реализации образовательной программы; сведения о материально-техническом обеспечении.

1.1.2 В учебном плане указывается перечень дисциплин (модулей), практик, аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации обучающихся, других видов учебной деятельности (далее вместе - виды учебной деятельности) с указанием их объема в зачетных единицах, последовательности и распределения по периодам обучения. В учебном плане выделяется объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем (далее - контактная работа обучающихся с преподавателем) (по видам учебных занятий) и самостоятельной работы обучающихся в академических часах. Для каждой дисциплины (модуля) и практики указывается форма промежуточной аттестации обучающихся.

1.1.3 В календарном учебном графике указываются периоды осуществления видов учебной деятельности и периоды каникул.

1.1.4 Рабочая программа дисциплины (модуля) включает в себя:

- наименование дисциплины (модуля);
- перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
- указание места дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы;

- объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся;
- содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий;
- перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю);
- фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю);
- перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля);
- перечень методического и программного обеспечения дисциплины (модуля);
- перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости);
- описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

1.1.5 Программа практики включает в себя:

- указание вида практики, способа и формы (форм) ее проведения;
- перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
- указание места практики в структуре образовательной программы;
- указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях либо в академических или астрономических часах;
- содержание практики;
- указание форм отчетности по практике;
- фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике;
- перечень учебной литературы и ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения практики;
- перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости);
- описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики.

1.1.6 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) или практике, входящий в состав соответствующей рабочей программы дисциплины (модуля) или программы практики, включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал и процедур оценивания для каждого результата обучения по дисциплине (модулю) или практике;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

1.1.7 Фонд оценочных средств для государственной итоговой аттестации включает в себя:

- перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал и процедур оценивания;

- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

1.2 Цель (миссия) образовательной программы

Миссия образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль: Социальные коммуникации (основной вид деятельности рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая) состоит в подготовке специалистов, способных осуществлять научно-исследовательскую, аналитическую и профессиональную деятельность, в области рекламы и связей с общественностью как в профессиональной социально-коммуникационной деятельности.

1.3 Сроки освоения образовательной программы

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (далее - з.е.) вне зависимости от применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренному обучению.

Срок получения образования по образовательной программе в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий составляет 4 года. Объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год, составляет не более 60 з.е.

1.4 Язык реализации образовательной программы

Образовательная деятельность по программе бакалавриата осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

1.5 Нормативная база

Требования и условия реализации основной образовательной программы определяются Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 11.08.16 №997 (зарегистрирован Минюстом России 25.08.16, регистрационный №43414), а также государственными нормативными актами и локальными актами образовательной организации.

1.6 Особенности образовательной программы

При разработке образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль: Социальные коммуникации) учтены требования регионального рынка труда, состояние и перспективы развития рекламной отрасли и связей с общественностью.

Компетенции, приобретаемые выпускниками, сформулированы также с учетом индустриального стандарта АКАР¹ и проектом профессионального стандарта специалиста по связям с общественностью РАСО².

¹ Индустриальные стандарты /Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР) [Электронный ресурс] URL: <http://www.akarussia.ru/about/about>

² Профессиональный стандарт специалиста по связям с общественностью / Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) [Электронный ресурс] URL: <http://www.raso.ru/profstandart.php>

Таблица 1.6.1

Профессиональные компетенции ФГОС ВО в соответствии с профилем образовательной программы	Трудовые функции и квалификационные требования, сформулированные по предложению работодателей
способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы ПК-8;	Обобщенная трудовая функция: Подготовка рекламной и PR-продукции: • Подготовка рекламной продукции • Подготовка продукции для использования при взаимодействии со СМИ • Подготовка рекламной и PR-продукции для целей внутренних коммуникаций • Организация взаимодействия со средствами массовой информации
компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований ПК-9;	Обобщенная трудовая функция: Организация и проведение исследований: • Определение целей и задач, необходимых для достижения целей • Выбор методологии и инструментов • Поиск информации в открытых источниках и в средствах массовой информации • Обработка и структурирование результатов исследования • Оформление результатов работ • Формулирование выводов и рекомендаций • Оценка соответствия результатов анализа целям и задачам исследования
способностью организовывать и проводить социологические исследования ПК-10;	
владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов ПК-11.	

При реализации образовательной программы предусмотрено сопровождение обучающихся академическим консультантом, оказывающим содействие в формировании индивидуальных образовательных траекторий, выборе дисциплин, обеспечивающих профессиональное развитие студента.

1.7 Востребованность выпускников

Выпускники образовательной программы востребованы в рекламных и коммуникационных агентствах г. Новосибирска (например, АГД «Сибирь», рекламное агентство «Мелехов и Филюрин», агентство коммуникаций «Банзай»); органах государственной власти и местного самоуправления, в т.ч. мэрии г. Новосибирска, администрация Новосибирской области; политические и общественные движения; Межрегиональная ассоциация экономического взаимодействия субъектов Российской Федерации «Сибирское соглашение», учреждениях культуры и образования г. Новосибирска.

2. Квалификационная характеристика выпускника

2.1 Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших образовательную программу, включает:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде; общественное мнение.

2.2 Объектами профессиональной деятельности выпускников образовательной программы являются:

- федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;
- научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;
- производственные и сервисные предприятия.

2.3 Основным видом профессиональной деятельности, к которой готовится выпускник образовательной программы, является: **рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая**, дополнительно образовательная программа ориентирована на рекламно-информационную и коммуникационную виды деятельности.

2.4 Обучающийся готовится к решению следующих **профессиональных задач** в соответствии с направленностью (профилем) образовательной программы и основным видом профессиональной деятельности. Выпускник освоивший программу бакалавриата, в соответствии с рыночно-исследовательским и прогнозно-аналитическая видом профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

- участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Дополнительно выпускник готовится к решению профессиональных задач в рекламно-информационных и коммуникационных видах деятельности:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;
- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

2.5 Планируемые результаты освоения образовательной программы (компетенции).

В результате освоения образовательной программы у выпускника должны быть сформированы следующие компетенции (таблица 2.5.1).

Таблица 2.5.1

Коды	Компетенции, знания/умения
<i>Общекультурные компетенции (ОК)</i>	
ОК.1	способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

з1	Знать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
з2	Знать основные теории коммуникации
з3	Знать теоретические основы социального конструирования реальности
з4	Знать особенности визуальной коммуникации
з5	Знать основы семиотики
з6	Понимать уровни и способы социального конструирования реальности
з7	Знать методы и методологию научных исследований
з8	Знать схему семиотического анализа
з9	Знать особенности научных исследований в социально-гуманитарных науках
у1	Уметь использовать основы философских знаний для формирования собственной мировоззренческой позиции и мировоззренческой позиции коллектива организации
у3	Уметь анализировать визуальные образы в системе коммуникации
у4	Уметь использовать методы научных исследований
у5	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
ОК.2	способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
з1	Знать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
з2	Знать историю общественно-политической мысли, взаимоотношений власти и общества
з3	Знать основные исторические этапы развития Сибири
з4	Знать основные закономерности и особенности развития политической системы общества
з5	Знать историю рекламы и связей с общественностью
з6	Знать основные особенности макроэкономического развития современной Сибири
з7	Знать характерные особенности и основные этапы развития культурно-исторических эпох, направлений мировой культуры
з8	Знать основные особенности социокультурного развития Сибири
з9	Понимать место Сибири в геополитической картине современного мира
з10	Знать общие закономерности и национальные особенности развития Российского государства и общества
з11	Понимать место Сибири в современной России
у2	Уметь анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
у3	Уметь анализировать тенденции современного общественно-политического и социокультурного развития
у4	Уметь применять основные политологические понятия и концепции при анализе современных социально-политических явлений
у5	Уметь оценивать современные явления в культурно-историческом контексте
ОК.3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
з1	Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
з2	Знать современные концепции электронного государства
з3	Знать основы бухгалтерского учета
з4	Знать подходы к формированию производственных затрат на изготовление продукции (работ, услуг)
у2	Уметь использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
у3	Уметь осуществлять бухгалтерский учет
ОК.4	способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
з1	Знать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
з2	Знать основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности

з3	Знать отраслевую направленность правовых норм, в том числе с учетом особенностей профессиональной деятельности
у1	Уметь использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
у2	Осуществлять реализацию нормативно-правовых актов в сфере профессиональной деятельности
ОК.5	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
з1	Знать правила коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
з2	Знать способы подготовки к выпуску, производство и методы распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
з3	Владеть основами актерского мастерства
з4	Знать технологию создания видеофильм
з5	Знать правила коммуникации в устной и письменной формах иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
у1	Уметь осуществлять личные контакты с представителями различных культур
у2	Уметь работать с рекламными и PR-текстами на родном языке
у3	Уметь вести переговоры
у4	Уметь применять правила коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
у5	Уметь применять правила коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
у6	Уметь использовать интернет-ресурсы для журналистской, рекламной деятельности и PR-деятельности
ОК.6	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
з1	Знать организационно-управленческой работы с малыми коллективами
з2	Знать особенности работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
з3	Знать технологии позиционирования торговой марки и бренда
з4	Знать различия и общность отечественной и мировой культуры
з5	Знать основные этапы истории религий
з6	Знать технологию брендинга
з7	Знать характерные особенности и основные этапы развития и направления отечественного и мирового искусства
з8	Знать основы мировых религий
з9	Знать особенности делового общения
з10	Знать специфику имиджа территории
у1	Уметь выстраивать межкультурную, деловую, профессиональную коммуникацию с учетом психологических, поведенческих, социальных характеристик партнеров
у2	Уметь применять актерское мастерство для осуществления коммуникационных мероприятий
у3	Уметь работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
у4	Уметь использовать инструменты организационно-управленческой работы с малыми коллективами
ОК.7	способность к самоорганизации и самообразованию
з1	Знать способы самоорганизации и самообразования
з2	Знать основы дизайна
з3	Знать специфику персонального имиджа

34	Уметь использовать различные способы самоорганизации и самообразования
ОК.8	способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
31	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
32	Знать основы здорового образа жизни
33	Знать последствия отклонения от здорового образа жизни
y1	Уметь использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
y2	Уметь поддерживать здоровый образ жизни
ОК.9	готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
31	Знать основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
y1	Уметь пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
<i>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</i>	
ОПК.1	способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
31	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
32	Знать базовые научные теории в сфере рекламы и связей с общественностью
33	Знать особенности текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламе
34	Знает технологии мерчендайзинга
35	Знать структуру пресс-службы организации
36	Знать особенности инновационных проектов и разработок
37	Знать технологии антикризисного управления
38	Знать структуру рекламного агентства, пресс-центра, пресс-службы, отделов печати, СМИ, отделов по связям с общественностью, центров общественных связей и коммуникационных агентств
39	Знать современное веб-пространство
310	Знать основы консалтинговой деятельности
311	Знать основы урбанистики
y1	Уметь осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
y2	Уметь анализировать психологические аспекты массовой коммуникации
y3	Уметь применять основные схемы мерчендайзинга
y4	Уметь осуществлять професисональную деятельность в инновационной сфере
y5	Уметь писать пресс-релизы
y6	Уметь планировать и применять инструменты антикризисного PR
y7	Уметь осуществлять консалтинговую деятельность в профессиональной сфере
y8	Уметь анализировать имидж территории
ОПК.2	владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
31	Знать основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
y1	Уметь работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК.3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга
31	Знать базовые инструменты создания текстов рекламы и связей с общественностью
32	Знать концепции знаковых систем

з3	Знать технологии литературного редактирования, копирайтинга
у1	Уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью
ОПК.4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
з1	Знать инструменты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий
ОПК.5	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
з1	Знать технологию проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
ОПК.6	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
з1	Знать программные средства для медиапланирования
з2	Знать способы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
з3	Знать основы информационно-коммуникационных технологий
з4	Знать основы компьютерной графики
у1	Уметь решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
у2	Уметь использовать социальные сети для целей рекламы и связей с общественностью
<i>Профессиональные компетенции (ПК) ФГОС, относящиеся к основному виду деятельности</i>	
ПК.9	способностью проводить маркетинговые исследования
з1	Знать правила и способы подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
з2	Знать методы и инструменты реализации проектов
з3	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
з4	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
у2	Уметь проводить маркетинговые исследования
у3	Уметь применять навыки работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ПК.10	способностью организовывать и проводить социологические исследования
з1	Знать инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы
з2	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
ПК.11	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
з1	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
з2	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий
у1	Уметь подготавливать проектную документацию (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
<i>Профессиональные компетенции (ПК) ФГОС, дополнительные к компетенциям основного вида деятельности</i>	
ПК.1	способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по

	связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
з1	Знать особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью
з2	Знать современную медиасреду
з3	Знать основы психологии массовых коммуникаций
з4	Знать способы оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
з5	Знать как проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы
з6	Знать технологию бренд-менеджмента
з7	Знать особенности технологии антикризисного PR
з8	Знать технологию продвижения товаров и услуг на рынок
з9	Знать способы оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью
у1	Уметь устанавливать и поддерживать деловые отношения с представителями СМИ, информационными, консалтинговыми агентствами и т.д.
у2	Уметь готовить текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
у3	Уметь проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы
у4	Уметь составлять медиапланы
у7	Уметь анализировать бренд
у8	Уметь устанавливать и поддерживать деловые отношения с представителями различных государственных структур
у10	Уметь проектировать бренд
у11	Уметь использовать инструменты управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью
у12	Уметь анализировать городскую среду в контексте социальных коммуникаций
ПК.3	владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
з1	Знать способы создания и поддержания благоприятного психологического климата в коллективе
з2	Знать психологические особенности поведения потребителей
з3	Знать основные правила общения
з4	Знать особенности и типологию организационной (корпоративной культуры)
у1	Уметь осуществлять эффективные внутренние коммуникации
у2	Уметь создавать и поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе
ПК.6	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
з1	Знать особенности эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, способы обеспечения внутренней и внешней коммуникации
з2	Знать особенности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
з3	Знать особенности политической рекламы
з4	Знать особенности социальной рекламы
з5	Знать основы имиджологии
у3	Уметь анализировать политическую рекламу
у4	Уметь анализировать социальную рекламу
ПК.8	способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
з1	Знать способы организации подготовки к выпуску, производство и распространение

	рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
y1	Уметь организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК.12	способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
z1	Знать профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
z2	Знать систему базовых знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
z3	Знать основные инструменты профессии журналиста
z4	Знать основы визуальной культуры
z5	Знать основные особенности журналистики как социального института
z6	Знать основы персонального стиля
z7	Знать особенности рекламного продукта для ТВ
z8	Знать основные схемы анализа коммуникационной среды территории
z9	Знать основные инструменты и методы анализа веб-пространства
z10	Знать особенности рекламы на радио
z11	Знать основы фирменного стиля
z12	Знать виды, формы и содержание рекламного продукта
y1	Уметь под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
y2	Уметь реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
y3	Уметь под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
y4	Уметь снять и смонтировать видеофильм
y5	Уметь использовать возможности Интернет для получения электронных услуг
y6	Уметь применять методы дизайна в профессиональной деятельности
y7	Уметь создавать основные журналистские произведения
y8	Уметь создать сценарий видеофильма
y9	Уметь эффективно реализовывать деятельность журналиста в практике СМИ
y10	Уметь анализировать коммуникации в веб-пространстве, оценивать качество электронных ресурсов
y11	Уметь разрабатывать рекламный продукт для радио
y12	Уметь проектировать фирменный стиль
y13	Уметь разрабатывать рекламный продукт для ТВ
y14	Уметь разрабатывать рекламные продукты различного вида, формы и содержания

Этапы формирования компетенций выпускника приведены в таблице 2.5.2.

Этапы формирования компетенций выпускника

Таблица 2.5.2

Код компетенции	Семестр 1	Семестр 2	Семестр 3	Семестр 4	Семестр 5	Семестр 6	Семестр 7	Семестр 8
ОК.1		Концепции современного естествознания	Основы теории коммуникации; Философия	Основы теории коммуникации		Визуальные коммуникации; Основы семиотики; Социальное конструирование реальности	Визуальная среда рекламы; Производственная практика: научно-исследовательская работа	Производственная практика: научно-исследовательская работа
ОК.2	История; История зарубежного искусства; Эволюция рекламы и связей с общественностью	Культурология	Политические коммуникации в современном мире; Политология				Социальные пространства Сибири	
ОК.3		Экономика	Математика и статистика			Электронное государство	Бухгалтерский учет	
ОК.4		Правоведение			Нормативные основы рекламы и связей с общественностью			
ОК.5	Иностранный язык (английский); Русский язык и культура речи	Иностранный язык (английский)	Деловой английский язык; Иностранный язык (2); Копирайтинг; Технология видеопольза	Деловое общение; Деловой английский язык; Иностранный язык (2)	Межкультурная коммуникация; Разработка рекламного продукта	Актерское мастерство; Веб-журналистика и социальные сети; Реклама в печати		
ОК.6	История зарубежного искусства; История зарубежной литературы	История русского искусства; История русской литературы		Деловое общение; Этика в рекламе и связях с общественностью	Межкультурная коммуникация	Актерское мастерство; Конфликтология; Основы менеджмента; Поведение потребителя; Религиоведение	Коммуникационная стратегия региона; Основы брендинга	
ОК.7	Введение в специальность "Реклама и связи с общественностью"			Основы дизайна		Основы персонального стиля		
ОК.8	Физическая культура и спорт	Физическая культура и спорт	Физическая культура и спорт	Физическая культура; Физическая культура и спорт	Физическая культура; Физическая культура и спорт	Физическая культура; Физическая культура и спорт	Физическая культура; Физическая культура и спорт	Физическая культура и спорт
ОК.9	Безопасность жизнедеятельности							
ОПК.1			Копирайтинг; Мастер-класс "Современный PR"; Основы теории коммуникации	Мастер-класс "Современный PR"; Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью); Основы теории коммуникации	Мастер-класс "Современный PR"	Антикризисный PR; Веб-журналистика и социальные сети; Консалтинг в рекламе и связях с общественностью; Психология массовых коммуникаций; Реклама и связи с общественностью в инновационной сфере; Современная пресс-служба	Коммуникационная стратегия региона; Маркетинговая деятельность в местах сбыта товаров (мерчендайзинг)	
ОПК.2						Организация работы отделов рекламы и PR		
ОПК.3						Основы семиотики; Реклама в печати		

ОПК.4								
ОПК.5								
ОПК.6	Информатика	Методика учебно-исследовательской работы	Компьютерная графика и дизайн	Компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью; Методы научных исследований; Технологии SMM		Веб-журналистика и социальные сети	Работа со средствами массовой информации (медиаархивиз и медиапланирование)	
ПК.1			Компьютерная графика и дизайн	Деловое общение; Технологии SMM	Имиджелогия	Антикризисный PR; Основы менеджмента; Психология массовых коммуникаций	Коммуникационная стратегия региона; Основы брендинга; Работа со средствами массовой информации (медиаархивиз и медиапланирование); Теория и практика массовой информации	Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
ПК.3		Психология		Деловое общение			Организационная культура и управление персоналом	
ПК.6		Политическая и социальная реклама				Основы персонального стиля		
ПК.8					Разработка рекламного продукта	Реклама в печати		
ПК.9				Основы маркетинга	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Организация работы отделов рекламы и PR	Исследования в рекламе и связях с общественностью; Основы проектной деятельности; Производственная практика: научно-исследовательская работа	Производственная практика: научно-исследовательская работа
ПК.10			Социология		Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков в области социологии коммуникаций		Исследования в рекламе и связях с общественностью; Производственная практика: научно-исследовательская работа	Производственная практика: научно-исследовательская работа
ПК.11							Основы проектной деятельности	
ПК.12	Информатика	Основы журналистики	Мастер-класс "Современная реклама"; Технология видеофильма	Мастер-класс "Современная реклама"; Основы дизайна; Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)	Мастер-класс "Современная реклама"	Веб-журналистика и социальные сети; Визуальные коммуникации; Основы персонального стиля; Реклама в печати; Реклама и связи с общественностью в инновационной сфере; Электронное государство	Визуальная среда рекламы; Коммуникационная стратегия региона; Теле- и радиореклама; Фирменный стиль	

3. Содержание образовательной программы

3.1 Структура образовательной программы

Структура образовательной программы приведена в таблице 3.1.1, включает обязательную часть (базовую) и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную).

Таблица 3.1.1

Структура образовательной программы		Объем программы, з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	195
	Базовая часть	149
	Вариативная часть	46
Блок 2	Практики	36
	Базовая часть	0
	Вариативная часть	36
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9
	Базовая часть	9
Объем образовательной программы		240

3.2 Характеристика содержания дисциплин

Содержание дисциплин (модулей), практик, предусмотренных учебным планом, определяется требованиями к результатам освоения образовательной программы (компетенциями). Соответствие между характеристиками этапов освоения компетенций (знаниями, умениями и опытом деятельности выпускника) и элементами образовательной программы (учебными дисциплинами (модулями) и практиками) приведено в Приложении.

3.3 Применяемые образовательные технологии

Для формирования предусмотренных основной образовательной программой компетенций, реализуются лекционные, практические занятия и лабораторные работы.

При организации образовательного процесса применяются активные, в том числе, интерактивные формы проведения занятий.

Учебным планом предусмотрена самостоятельная работа студентов, которая обеспечена необходимыми методическими материалами, размещенными в ЭБС и информационно-образовательной среде вуза.

3.4 Организация практик

Для достижения планируемых результатов освоения образовательной программы предусматриваются следующие практики:

- Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков в области социологии коммуникаций,
- Производственная практика: научно-исследовательская работа,
- Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности,

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков в области социологии коммуникаций проводится на базе учреждений и предприятий г. Новосибирска (ООО «Сакура», ООО «Джет 5», ООО «ВТ Солюшнс», ООО «А Студия», ООО «НЬЮПАК», ООО «Киан», ООО «МЕГАВАТТ», ООО «МиФ», ООО «Деловые линии» ОСП Новосибирск,

ООО «АСТАР» и др.). Способ проведения практик – стационарная, распределенная (в календарном учебном графике на период практики предусмотрены учебные занятия по отдельным дисциплинам ООП).

Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности проводится в организациях г. Новосибирска (например, ООО «Футбольный клуб Сибирь», ООО «Лидер Шоу», ООО «Успех» (event агентство «AStudio»), ООО «Сибирь-Керама», ООО «Глянцевые люди», ООО «Ален Фитнес» спортивный клуб, Детский оздоровительный лагерь «Синяя птица» (ДОЛ «Синяя птица»), ООО «Иммер плюс», ОАО «Idfix», ООО «Алекри», Кинотеатр «Победа», ООО «ГПМ Развлекательное телевидение» («ГПМ РТВ»), ООО «Гриндер-Р» рекламное агентство, МКУ ЦГПВ «Пост № 1», ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия», ООО «ДСК КПД-Газстрой» и др.). Способ проведения практики – стационарная, сосредоточенная (в календарном учебном графике на период практики непрерывного периода учебного времени для её проведения).

Производственная практика: научно-исследовательская работа проводится в НГТУ, на базе кафедры социологии и массовых коммуникаций и в других подразделениях НГТУ (например, отдел по связям с общественностью, маркетингу и рекламе, Информационная служба). Способ проведения практики – стационарная, распределённая (в календарном учебном графике на период практики предусмотрены учебные занятия по отдельным дисциплинам ООП).

Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности проводится в учреждениях и предприятиях любых форм собственности и отраслевой направленности: Кинотеатр «Победа», ООО «ГПМ Развлекательное телевидение» («ГПМ РТВ»), ООО «Гриндер-Р» рекламное агентство, МКУ ЦГПВ «Пост № 1», ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия», Альянс-Франсез - Новосибирск, ООО «ДСК КПД-Газстрой», ООО «Шурагель.ру», ООО «Мозаика», НГОО «День аиста», Муниципальное казенное учреждение культуры «Искитимская централизованная библиотечная система» (МКУК «Искитимская ЦБС»), ООО «Газпром-Медиа Развлекательное Телевидение» («ГПМ РТВ»), ГПНТБ СО РАН. Способ проведения практики – стационарная, сосредоточенная (в календарном учебном графике на период практики непрерывного периода учебного времени для её проведения).

Семестр	Теор. обуч. + распред. практика, УНИР, ВКР Неделя	Практика Неделя Сосред.	Практика Неделя По З.Е.	Выполнение ВКР Неделя По З.Е.	ГЭ Неделя	ГЭ По З.Е.	Защита ВКР Неделя	За год
1	19							
2	18							52
3	19							
4	18							52
5	10	9	8 2/3					
6	19							52
7	19		р. 1 1/3					
8	5	10	10 р. 4	4	2	2	4	52
	127	19			2		4	

Выбор мест прохождения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

4. Условия реализации образовательной программы подготовки, обусловлены требованиями ФГОС ВО.

Общесистемные требования к реализации программы Реализация образовательной программы полностью обеспечена материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде НГТУ. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), как на территории организации, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда организации ([http:// www.nstu.ru/sveden/eos](http://www.nstu.ru/sveden/eos)) 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 программы бакалавриата, проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий; 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 взаимодействия посредством сети "Интернет".

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

Квалификация руководящих и научно-педагогических работников организации соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, [разделе](#) "Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования", утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011 г. № 1н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 23 марта 2011 г., регистрационный № 20237).

Доля штатных научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) составляет не менее 50 процентов от общего количества научно-педагогических работников организации.

Кадровые условия реализации программы. Реализация программы бакалавриата обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы бакалавриата на условиях гражданско-правового договора. Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, составляет более 70 процентов. Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признаваемое в

Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, составляет 53%. процента. Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы бакалавриата (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих программу бакалавриата, составляет не менее 10 процентов.

Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение программы бакалавриата. Образовательная программа реализуется в специальных помещениях, представляющих собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин (модулей)., Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации программы бакалавриата, включает в себя лаборатории, оснащенные необходимым лабораторным оборудованием. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

Образовательная программа полностью обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и ежегодно обновляется). Электронно-библиотечные системы (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся по программе бакалавриата. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и ежегодно обновляется. Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

5. Оценка качества подготовки студентов и выпускников

Оценка качества подготовки студентов и выпускников включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и государственную итоговую аттестацию выпускников. Конкретные формы промежуточной и итоговой аттестации обучающихся по каждой дисциплине определяются учебным планом. Текущая аттестация по дисциплинам проводится на основе балльно-рейтинговой системы. Правила аттестации по дисциплинам определяются в рабочих программах и доводятся до сведения обучающихся в течение первого месяца изучения дисциплины. Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений требованиям образовательной программы (текущая и промежуточная аттестация) создаются фонды оценочных средств, которые включают типовые задания, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций. Фонды оценочных средств разрабатываются и утверждаются кафедрой Социально-массовых коммуникаций, и др. кафедрами НГТУ, которые обеспечивают учебный процесс по дисциплинам образовательной программы. При разработке оценочных средств для контроля качества изучения дисциплин (модулей), практик учитываются связи между включенными в них знаниями, умениями, навыками, что позволяет установить уровень сформированности компетенций у обучающихся. В Блок 3 "Государственная итоговая аттестация", входит подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, а также защита выпускной квалификационной работы бакалавра, включая подготовку к процедуре защиты и

процедуру защиты. Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы и государственному экзамену определяются программой ГИА.

6. Особенности реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. При наличии в контингенте обучающихся по образовательной программе инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ЛОВЗ) образовательная программа адаптируется с учетом особых образовательных потребностей таких обучающихся. При обучении по индивидуальному учебному плану лиц с ограниченными возможностями здоровья срок освоения образовательной программы может быть увеличен по их желанию не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования для соответствующей формы обучения. Объем программы бакалавриата за один учебный год при обучении по индивидуальному плану вне зависимости от формы обучения не может составлять более 75 з.е., При использовании формы инклюзивного обучения составляется индивидуальная программа сопровождения образовательной деятельности студента.

Индивидуальная программа сопровождения образовательной деятельности студента может включать, сопровождение лекционных и практических занятий прямым и обратным переводом на русский жестовый язык (для студентов с нарушениями слуха);, посещение групповых и индивидуальных занятий с психологом; организационно-педагогическое, психолого-педагогическое, профилактически-оздоровительное, социальное сопровождения учебного процесса.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Соответствие между характеристиками этапов освоения компетенций (знаниями, умениями и опытом деятельности выпускника) и элементами образовательной программы (учебными дисциплинами (модулями) и практиками)

Код компетенции	Код знания/умения	Наименование дисциплин, знания и умения
<i>Дисциплины (модули), базовые</i>		
Экономика		
ОК.3	з1	Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК.3	у2	Уметь использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
Социология		
ПК.10	з2	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.10	у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
Культурология		
ОК.2	з7	Знать характерные особенности и основные этапы развития культурно-исторических эпох, направлений мировой культуры
ОК.2	у5	Уметь оценивать современные явления в культурно-историческом контексте
Философия		
ОК.1	з1	Знать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
ОК.1	у1	Уметь использовать основы философских знаний для формирования собственной мировоззренческой позиции и мировоззренческой позиции коллектива организации
История		
ОК.2	з1	Знать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
ОК.2	з10	Знать общие закономерности и национальные особенности развития Российского государства и общества
ОК.2	у2	Уметь анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
Русский язык и культура речи		
ОК.5	з1	Знать правила коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК.5	у5	Уметь применять правила коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
Иностранный язык (английский)		
ОК.5	з5	Знать правила коммуникации в устной и письменной формах иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК.5	у4	Уметь применять правила коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
Политология		
ОК.2	з4	Знать основные закономерности и особенности развития политической системы общества

ОК.2	y4	Уметь применять основные политологические понятия и концепции при анализе современных социально-политических явлений
Безопасность жизнедеятельности		
ОК.9	з1	Знать основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
ОК.9	y1	Уметь пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
Компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью		
ОПК.6	з3	Знать основы информационно-коммуникационных технологий
Информатика		
ОПК.6	з3	Знать основы информационно-коммуникационных технологий
ПК.12	y1	Уметь под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
Концепции современного естествознания		
ОК.1	y4	Уметь использовать методы научных исследований
Математика и статистика		
ОК.3	з1	Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
Основы теории коммуникации		
ОК.1	з2	Знать основные теории коммуникации
ОПК.1	з2	Знать базовые научные теории в сфере рекламы и связей с общественностью
Психология массовых коммуникаций		
ОПК.1	y2	Уметь анализировать психологические аспекты массовой коммуникации
ПК.1	з3	Знать основы психологии массовых коммуникаций
Теория и практика массовой информации		
ПК.1	y1	Уметь устанавливать и поддерживать деловые отношения с представителями СМИ, информационными, консалтинговыми агентствами и т.д.
Основы проектной деятельности		
ПК.9	з1	Знать правила и способы подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ПК.9	з2	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	y1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.11	y1	Уметь подготавливать проектную документацию (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)		
ОПК.1	з1	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
ОПК.1	y1	Уметь осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
ПК.12	з2	Знать систему базовых знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
ПК.12	y2	Уметь реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
Основы менеджмента		
ОК.6	з1	Знать организационно-управленческой работы с малыми коллективами

ОК.6	y4	Уметь использовать инструменты организационно-управленческий работы с малыми коллективами
ПК.1	z1	Знать особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью
ПК.1	y11	Уметь использовать инструменты управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью
Основы маркетинга		
ПК.9	z3	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
ПК.9	y2	Уметь проводить маркетинговые исследования
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ		
ПК.9	z3	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
ПК.9	y2	Уметь проводить маркетинговые исследования
Политические коммуникации в современном мире		
ОК.2	z2	Знать историю общественно-политической мысли, взаимоотношений власти и общества
ОК.2	z4	Знать основные закономерности и особенности развития политической системы общества
ОК.2	y3	Уметь анализировать тенденции современного общественно-политического и социокультурного развития
ОК.2	y4	Уметь применять основные политологические понятия и концепции при анализе современных социально-политических явлений
Основы брендинга		
ОК.6	z3	Знать технологии позиционирования торговой марки и бренда
ОК.6	z6	Знать технологию брендинга
ПК.1	z6	Знать технологию бренд-менеджмента
ПК.1	y7	Уметь анализировать бренд
ПК.1	y10	Уметь проектировать бренд
Работа со средствами массовой информации (медиа-рейтинги и медиапланирование)		
ОПК.6	z1	Знать программные средства для медиапланирования
ПК.1	z2	Знать современную медиасреду
ПК.1	y1	Уметь устанавливать и поддерживать деловые отношения с представителями СМИ, информационными, консалтинговыми агентствами и т.д.
ПК.1	y4	Уметь составлять медиапланы
Методы научных исследований		
ОПК.6	z2	Знать способы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК.6	y1	Уметь решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
Исследования в рекламе и связях с общественностью		
ПК.9	z3	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
ПК.9	y2	Уметь проводить маркетинговые исследования
ПК.10	z2	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.10	y1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
Деловой английский язык		
ОК.5	z5	Знать правила коммуникации в устной и письменной формах иностранных языках для решения задач межличностного и

		межкультурного взаимодействия
ОК.5	у4	Уметь применять правила коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
Правоведение		
ОК.4	з1	Знать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК.4	у1	Уметь использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
Иностранный язык (2)		
ОК.5	з5	Знать правила коммуникации в устной и письменной формах иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК.5	у4	Уметь применять правила коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
Межкультурная коммуникация		
ОК.5	у1	Уметь осуществлять личные контакты с представителями различных культур
ОК.6	у1	Уметь выстраивать межкультурную, деловую, профессиональную коммуникацию с учетом психологических, поведенческих, социальных характеристик партнеров
Методика учебно-исследовательской работы		
ОПК.6	з2	Знать способы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК.6	у1	Уметь решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
Основы журналистики		
ПК.12	з3	Знать основные инструменты профессии журналиста
ПК.12	з5	Знать основные особенности журналистики как социального института
ПК.12	у7	Уметь создавать основные журналистские произведения
ПК.12	у9	Уметь эффективно реализовывать деятельность журналиста в практике СМИ
Разработка рекламного продукта		
ОК.5	з2	Знать способы подготовки к выпуску, производство и методы распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
ПК.8	у1	Уметь организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
Политическая и социальная реклама		
ПК.6	з3	Знать особенности политической рекламы
ПК.6	з4	Знать особенности социальной рекламы
ПК.6	у3	Уметь анализировать политическую рекламу
ПК.6	у4	Уметь анализировать социальную рекламу
Этика в рекламе и связях с общественностью		
ОК.6	з2	Знать особенности работы в коллективе, толерантно воспринимая

		социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК.6	у3	Уметь работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
Имиджелогия		
ПК.1	з5	Знать как проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы
ПК.1	у3	Уметь проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы
Деловое общение		
ОК.5	у3	Уметь вести переговоры
ОК.6	з9	Знать особенности делового общения
ПК.1	у8	Уметь устанавливать и поддерживать деловые отношения с представителями различных государственных структур
ПК.3	з3	Знать основные правила общения
Введение в специальность "Реклама и связи с общественностью"		
ОК.7	з1	Знать способы самоорганизации и самообразования
ОК.7	з4	Уметь использовать различные способы самоорганизации и самообразования
Эволюция рекламы и связей с общественностью		
ОК.2	з5	Знать историю рекламы и связей с общественностью
Визуальные коммуникации		
ОК.1	з4	Знать особенности визуальной коммуникации
ОК.1	у3	Уметь анализировать визуальные образы в системе коммуникации
ОК.1	у5	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
ПК.12	з4	Знать основы визуальной культуры
Нормативные основы рекламы и связей с общественностью		
ОК.4	з2	Знать основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности
ОК.4	з3	Знать отраслевую направленность правовых норм, в том числе с учетом особенностей профессиональной деятельности
ОК.4	у2	Осуществлять реализацию нормативно-правовых актов в сфере профессиональной деятельности
Основы дизайна		
ОК.7	з2	Знать основы дизайна
ПК.12	у6	Уметь применять методы дизайна в профессиональной деятельности
Психология		
ПК.3	з1	Знать способы создания и поддержания благоприятного психологического климата в коллективе
ПК.3	з2	Знать психологические особенности поведения потребителей
<i>Дисциплины (модули), вариативные</i>		
История зарубежного искусства		
ОК.2	з7	Знать характерные особенности и основные этапы развития культурно-исторических эпох, направлений мировой культуры
ОК.6	з4	Знать различия и общность отечественной и мировой культуры
ОК.6	з7	Знать характерные особенности и основные этапы развития и направления отечественного и мирового искусства
История зарубежной литературы		
ОК.6	з4	Знать различия и общность отечественной и мировой культуры
Компьютерная графика и дизайн		
ОПК.6	з4	Знать основы компьютерной графики
ПК.1	у2	Уметь готовить текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

Социальное конструирование реальности		
ОК.1	з3	Знать теоретические основы социального конструирования реальности
ОК.1	з6	Понимать уровни и способы социального конструирования реальности
Основы семиотики		
ОК.1	з5	Знать основы семиотики
ОК.1	з8	Знать схему семиотического анализа
ОПК.3	з2	Знать концепции знаковых систем
<i>Дисциплины (модули), вариативные, по выбору студента</i>		
История русского искусства		
ОК.6	з7	Знать характерные особенности и основные этапы развития и направления отечественного и мирового искусства
История русской литературы		
ОК.6	з7	Знать характерные особенности и основные этапы развития и направления отечественного и мирового искусства
Технология видеофильма		
ОК.5	з4	Знать технологию создания видеофильм
ПК.12	у4	Уметь снять и смонтировать видеофильм
ПК.12	у8	Уметь создать сценарий видеофильма
Копирайтинг		
ОК.5	у2	Уметь работать с рекламными и PR-текстами на родном языке
ОПК.1	з3	Знать особенности текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламе
Мастер-класс "Современная реклама"		
ПК.12	з1	Знать профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
Мастер-класс "Современный PR"		
ОПК.1	з1	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
Религиоведение		
ОК.6	з5	Знать основные этапы истории религий
ОК.6	з8	Знать основы мировых религий
Электронное государство		
ОК.3	з2	Знать современные концепции электронного государства
ПК.12	у5	Уметь использовать возможности Интернет для получения электронных услуг
Конфликтология		
ОК.6	з1	Знать организационно-управленческой работы с малыми коллективами
ОК.6	у4	Уметь использовать инструменты организационно-управленческий работы с малыми коллективами
Поведение потребителя		
ОК.6	з1	Знать организационно-управленческой работы с малыми коллективами
ОК.6	з2	Знать особенности работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК.6	у3	Уметь работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК.6	у4	Уметь использовать инструменты организационно-управленческий работы с малыми коллективами
Реклама в печати		
ОК.5	з2	Знать способы подготовки к выпуску, производство и методы распространения рекламной продукции, включая текстовые и

		графические, рабочие и презентационные материалы
ОПК.3	з1	Знать базовые инструменты создания текстов рекламы и связей с общественностью
ОПК.3	у1	Уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью
ПК.8	з1	Знать способы организации подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК.8	у1	Уметь организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК.12	у3	Уметь под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
Организация работы отделов рекламы и PR		
ОПК.2	з1	Знать основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК.2	у1	Уметь работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ПК.9	з4	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ПК.9	у3	Уметь применять навыки работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
Современная пресс-служба		
ОПК.1	з5	Знать структуру пресс-службы организации
ОПК.1	з8	Знать структуру рекламного агентства, пресс-центра, пресс-службы, отделов печати, СМИ, отделов по связям с общественностью, центров общественных связей и коммуникационных агентств
ОПК.1	у5	Уметь писать пресс-релизы
Веб-журналистика и социальные сети		
ОК.5	у6	Уметь использовать интернет-ресурсы для журналистской, рекламной деятельности и PR-деятельности
ОПК.1	з9	Знать современное веб-пространство
ОПК.6	у2	Уметь использовать социальные сети для целей рекламы и связей с общественностью
ПК.12	з9	Знать основные инструменты и методы анализа веб-пространства
ПК.12	у10	Уметь анализировать коммуникации в веб-пространстве, оценивать качество электронных ресурсов
Маркетинговая деятельность в местах сбыта товаров (мерчендайзинг)		
ОПК.1	з4	Знает технологии мерчендайзинга
ОПК.1	у3	Уметь применять основные схемы мерчендайзинга
Теле- и радиореклама		
ПК.12	з7	Знать особенности рекламного продукта для ТВ
ПК.12	з10	Знать особенности рекламы на радио
ПК.12	у11	Уметь разрабатывать рекламный продукт для радио
ПК.12	у13	Уметь разрабатывать рекламный продукт для ТВ
Визуальная среда рекламы		
ОК.1	у3	Уметь анализировать визуальные образы в системе коммуникации
ПК.12	з4	Знать основы визуальной культуры
Фирменный стиль		
ПК.12	з11	Знать основы фирменного стиля

ПК.12	у12	Уметь проектировать фирменный стиль
Социальные пространства Сибири		
ОК.2	з3	Знать основные исторические этапы развития Сибири
ОК.2	з6	Знать основные особенности макроэкономического развития современной Сибири
ОК.2	з8	Знать основные особенности социокультурного развития Сибири
ОК.2	з9	Понимать место Сибири в геополитической картине современного мира
ОК.2	з11	Понимать место Сибири в современной России
Бухгалтерский учет		
ОК.3	з3	Знать основы бухгалтерского учета
ОК.3	з4	Знать подходы к формированию производственных затрат на изготовление продукции (работ, услуг)
ОК.3	у3	Уметь осуществлять бухгалтерский учет
Основы персонального стиля		
ОК.7	з3	Знать специфику персонального имиджа
ПК.6	з5	Знать основы имиджологии
ПК.12	з6	Знать основы персонального стиля
Реклама и связи с общественностью в инновационной сфере		
ОПК.1	з6	Знать особенности инновационных проектов и разработок
ОПК.1	у4	Уметь осуществлять профессиональную деятельность в инновационной сфере
ПК.12	з12	Знать виды, формы и содержание рекламного продукта
ПК.12	у14	Уметь разрабатывать рекламные продукты различного вида, формы и содержания
Антикризисный PR		
ОПК.1	з7	Знать технологии антикризисного управления
ОПК.1	у6	Уметь планировать и применять инструменты антикризисного PR
ПК.1	з7	Знать особенности технологии антикризисного PR
Консалтинг в рекламе и связях с общественностью		
ОПК.1	з10	Знать основы консалтинговой деятельности
ОПК.1	у7	Уметь осуществлять консалтинговую деятельность в профессиональной сфере
Организационная культура и управление персоналом		
ПК.3	з4	Знать особенности и типологию организационной (корпоративной культуры)
ПК.3	у1	Уметь осуществлять эффективные внутренние коммуникации
ПК.3	у2	Уметь создавать и поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе
Коммуникационная стратегия региона		
ОК.6	з10	Знать специфику имиджа территории
ОПК.1	з11	Знать основы урбанистики
ОПК.1	у8	Уметь анализировать имидж территории
ПК.1	у12	Уметь анализировать городскую среду в контексте социальных коммуникаций
ПК.12	з8	Знать основные схемы анализа коммуникационной среды территории
<i>Дисциплины (модули), вариативные</i>		
Физическая культура и спорт (модуль): Физическая культура и спорт		
ОК.8	з2	Знать основы здорового образа жизни
ОК.8	з3	Знать последствия отклонения от здорового образа жизни
ОК.8	у2	Уметь поддерживать здоровый образ жизни
<i>Дисциплины (модули), базовые</i>		

Физическая культура и спорт (модуль): Физическая культура		
ОК.8	з1	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК.8	у1	Уметь использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
<i>Дисциплины (модули), вариативные</i>		
Физическая культура и спорт (модуль): Прикладная физическая культура (атлетизм)		
ОК.8	з1	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК.8	у1	Уметь использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Физическая культура и спорт (модуль): Прикладная физическая культура (гимнастика)		
ОК.8	з1	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК.8	у1	Уметь использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Физическая культура и спорт (модуль): Прикладная физическая культура (единоборства)		
ОК.8	з1	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК.8	у1	Уметь использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Физическая культура и спорт (модуль): Прикладная физическая культура (легкая атлетика)		
ОК.8	з1	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК.8	у1	Уметь использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Физическая культура и спорт (модуль): Прикладная физическая культура (плавание)		
ОК.8	з1	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК.8	у1	Уметь использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Физическая культура и спорт (модуль): Прикладная физическая культура (спортивные игры)		
ОК.8	з1	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК.8	у1	Уметь использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
<i>Практики</i>		
Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков в области социологии коммуникаций		
ПК.10	з2	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.10	у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
Производственная практика: научно-исследовательская работа		
ОК.1	з7	Знать методы и методологию научных исследований
ОК.1	з9	Знать особенности научных исследований в социально-гуманитарных науках
ОК.1	у4	Уметь использовать методы научных исследований
ПК.9	з3	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
ПК.9	у2	Уметь проводить маркетинговые исследования
ПК.10	з2	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований

ПК.10	y1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности		
ПК.1	y1	Уметь устанавливать и поддерживать деловые отношения с представителями СМИ, информационными, консалтинговыми агентствами и т.д.
<i>Государственная итоговая аттестация</i>		
Государственный междисциплинарный экзамен		
ОК.1	з1	Знать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
ОК.2	з1	Знать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
ОК.3	з1	Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК.4	з1	Знать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК.5	з1	Знать правила коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК.5	з2	Знать способы подготовки к выпуску, производство и методы распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
ОК.6	з1	Знать организационно-управленческой работы с малыми коллективами
ОК.6	з2	Знать особенности работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК.7	з1	Знать способы самоорганизации и самообразования
ОК.7	з4	Уметь использовать различные способы самоорганизации и самообразования
ОК.8	з1	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК.9	з1	Знать основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
ОПК.1	з1	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
ОПК.2	з1	Знать основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК.3	з1	Знать базовые инструменты создания текстов рекламы и связей с общественностью
ОПК.3	з3	Знать технологии литературного редактирования, копирайтинга
ОПК.4	з1	Знать инструменты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий
ОПК.5	з1	Знать технологию проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
ОПК.6	з2	Знать способы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ПК.1	з1	Знать особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью
ПК.1	з4	Знать способы оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
ПК.1	з5	Знать как проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы

ПК.1	з8	Знать технологию продвижения товаров и услуг на рынок
ПК.1	з9	Знать способы оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК.6	з1	Знать особенности эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, способы обеспечения внутренней и внешней коммуникации
ПК.6	з2	Знать особенности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК.8	з1	Знать способы организации подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК.9	з1	Знать правила и способы подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ПК.9	з2	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	з3	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
ПК.9	з4	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ПК.10	з1	Знать инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы
ПК.10	з2	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.11	з1	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
ПК.11	з2	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий
ПК.12	з1	Знать профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
ПК.12	з2	Знать систему базовых знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
Защита выпускной квалификационной работы		
ОК.4	у2	Осуществлять реализацию нормативно-правовых актов в сфере профессиональной деятельности
ОК.5	у2	Уметь работать с рекламными и PR-текстами на родном языке
ОПК.1	у3	Уметь применять основные схемы мерчендайзинга
ОПК.1	у5	Уметь писать пресс-релизы
ОПК.1	у6	Уметь планировать и применять инструменты антикризисного PR
ОПК.1	у7	Уметь осуществлять консалтинговую деятельность в профессиональной сфере
ОПК.1	у8	Уметь анализировать имидж территории
ОПК.6	у2	Уметь использовать социальные сети для целей рекламы и связей с общественностью
ПК.1	у4	Уметь составлять медиапланы
ПК.1	у7	Уметь анализировать бренд
ПК.1	у8	Уметь устанавливать и поддерживать деловые отношения с представителями различных государственных структур
ПК.3	у1	Уметь осуществлять эффективные внутренние коммуникации
ПК.12	у5	Уметь использовать возможности Интернет для получения электронных услуг
ПК.12	у6	Уметь применять методы дизайна в профессиональной деятельности
ПК.12	у10	Уметь анализировать коммуникации в веб-пространстве, оценивать

		качество электронных ресурсов
ПК.12	y12	Уметь проектировать фирменный стиль
ПК.12	y13	Уметь разрабатывать рекламный продукт для ТВ
ПК.12	y14	Уметь разрабатывать рекламные продукты различного вида, формы и содержания
<i>Факультативные дисциплины</i>		
Актерское мастерство		
ОК.5	з3	Владеть основами актерского мастерства
ОК.6	y2	Уметь применять актерское мастерство для осуществления коммуникационных мероприятий
Технологии SMM		
ОПК.6	y2	Уметь использовать социальные сети для целей рекламы и связей с общественностью
ПК.1	з2	Знать современную медиасреду