

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 24.04.2024 16:43:34
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

	МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тюменский индустриальный университет»

УТВЕРЖДЕНО
Решением Ученого совета
от 29.06.2020 г. протокол № 10
Председатель Ученого совета, ректор
 В.В. Ефремова

«29» ИЮНЯ 2020 г.



**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Цифровые коммуникации и новые медиа
Год начала подготовки 2020

РАЗРАБОТАЛ:

Заведующий кафедрой МиМУ Белоножка М.Л. Белоножка
« 18 » 06 2020 г.

СОГЛАСОВАНО:

Заместитель директора

По связям с общественностью представительства

ООО «Лукойл-Западная Сибирь» в г. Тюмени Петрушина А.А. Петрушина
« 18 » 06 2020 г.



Директор ДУД Зак С.А. Зак
« 23 » 06 2020 г.

Начальник ОСОП Игнатенко В.А. Игнатенко
« 23 » 06 2020 г.

Директор ИСОУ Воронин А.В. Воронин
« 19 » 06 2020 г.

Председатель КСН Белоножка М.Л. Белоножка
« 18 » 06 2020 г.

ОПОП ВО рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета ИСОУ

Протокол № 9 от 19.06 2020 г.

Секретарь Фирцева С.В. Фирцева

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее – ОПОП ВО), реализуемая в ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет», разработана в соответствии со следующими нормативными документами:

- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки РФ от «8» июня 2017 г. № 528 (далее ФГОС ВО);

1.2 Программа реализуется в заочной формах обучения.

1.3 Срок получения образования по программе составляет:

- В заочной форме обучения 2 года 6 месяцев.

1.4 Объем программы составляет 120 зачетных единиц. 1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам.

1.5 Объем программы, реализуемый за один учебный год, составляет:

в очной форме обучения: 1 курс 60 з.е.; 2 курс 60 з.е.

в заочной форме обучения: 1 курс 48 з.е.; 2 курс 48 з.е.; 3 курс 24 з.е.

1.6 Программа реализуется на государственном языке Российской Федерации.

1.7 Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы – магистр.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ОПОП ВО

2.1 Области, сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу, могут осуществлять профессиональную деятельность:

06. Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

сфера рекламы и связей с общественностью.

2.2 Типы задач профессиональной деятельности, к решению которых готовятся выпускники.

- организационно-управленческий,
- проектно-аналитический,
- производственно-технологический,
- научно-исследовательский,

2.3 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.

2.4 Перечень профессиональных стандартов (далее – ПС), соответствующих профессиональной деятельности выпускников.

– ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации, утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973);

- ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам, утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный № 34136);

– ПС 08.035 Маркетолог, утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 г. № 366н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 г., регистрационный № 51397).

2.5. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников (Таблица 1).

Таблица 1

Область профессиональной деятельности	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности или области знаний
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	научно-исследовательский	Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик	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
	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

<p>08. Финансы и экономика 08.035 Маркетинг</p>	<p>организационно - управленческий</p>	<p>Разработка стратегий развития организаций и их отдельных подразделений</p>	<p>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</p>
---	--	---	---

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения программы у выпускников сформированы следующие компетенции.

3.1 Универсальные компетенции выпускников (УК) и индикаторы их достижения (ИДК) (Таблица 2).

Таблица 2

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК	Дисциплины (модули), практики, формирующие результаты обучения, соотносимые с ИДК УК
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1. 3.1.1. Знает методы описания сути проблемной ситуации	Теория массовых коммуникаций, Организация командной работы и лидерство Научно-исследовательская практика, Научно-исследовательская работа
		УК-1.У.1.1. Выявляет составляющие проблемной ситуации и связей между ними	
		УК-1. В.1.1. Умеет выбирать методы критического анализа, адекватных проблемной ситуации УК-1. В.1.2. Умеет разрабатывать и обосновывать план действий по решению проблемной ситуации	
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2. 3.2.1. Знает управление проектами	Управление коммуникационными проектами
		УК-2. У.2.1. Умеет формулировать цели, задачи, значимости, ожидаемых результатов проекта задач. УК-2. У.2.2. Определяет потребности в ресурсах для реализации проекта	
		УК-2. В.2.1. Умеет разрабатывать план реализации проекта УК-2. В.2.2. Умеет осуществлять контроль реализации проекта УК-2. В.2.3. Оценивает эффективность реализации проекта и разработки плана действий по его корректировке	
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и	УК-3. 3.3.1. Знает методы управления	Организация командной работы и лидерство

	руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	командной работой	
		УК-3. У.3.1. Осуществляет выбор правил командной работы как основы межличностного взаимодействия	
		УК-3. В.3.1. Осуществляет выбор стратегии формирования команды и контроль её реализации	
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4. 3.4.1. Знает информационно-коммуникационные технологии для поиска, обработки и представления информации	Иностранный язык делового и профессионального общения
		УК-4. У. 4.1. осуществляет поиск источников информации на русском и иностранном языках УК-4. У.4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии для поиска, обработки и представления информации УК-4. У.4.3. Составляет и осуществляет корректный перевод академических и профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный УК-4. У.4.4. Осуществляет выбор психологических способов оказания влияния и противодействия влиянию в процессе академического и профессионального взаимодействия	
		УК-4. В.4.1. Умеет представлять результаты	

		<p>академической и профессиональной деятельности на публичных мероприятиях</p> <p>УК-4. В.4.2. Ведет академическую и профессиональную дискуссии на государственном языке РФ и/или иностранном языке</p> <p>УК-4. В.4.3. Осуществляет выбор стиля делового общения применительно к ситуации взаимодействия, ведение деловой переписки.</p>	
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	<p>УК-5. 3.5.1. Знает основы межкультурной коммуникации</p> <p>УК-5. У.5.1. Определяет цели и задачи межкультурного профессионального взаимодействия в условиях различных этнических, религиозных ценностных систем, выявление возможных проблемных ситуаций</p> <p>УК-5. В.5.1. Осуществляет выбор способов интеграции работников, принадлежащих к разным культурам, в производственную команду</p> <p>УК-5.В.5.2. Осуществляет выбор способа преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных</p>	Межкультурные коммуникации и международные связи с общественностью

		барьеров для межкультурного взаимодействия при решении профессиональных задач УК-5. В.5.3. Осуществляет выбор способа поведения в поликультурном коллективе при конфликтной ситуации УК-5. В.5.4. Осуществляет выбор способа поведения в поликультурном коллективе с учетом требований законодательства в сфере противодействия терроризму	
Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6. 3.6.1. Знает основы самоорганизации и саморазвития	Организация командной работы и лидерство
		УК-6. У.6.1. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста	
		УК-6. В.6.1. Оценивает собственное ресурсное состояние, выбирает средства коррекции ресурсного состояния	

3.2 Общепрофессиональные компетенции выпускников (ОПК) и индикаторы их достижения (Таблица 3).

Таблица 3

Наименование категории (группы) ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК	Дисциплины (модули), практики, формирующие результаты обучения, соотносимые с ИДК ОПК
-------------------------------------	------------------------	--	---

Продукт профессиональной деятельности	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. 3.1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Иностраный язык делового и профессионального общения, Управление коммуникационным агентством
		ОПК-1. У.1.1. 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-1. В.1.1. Владеет процессом производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
Общество и государство	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. 3.2.1. Тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	История публичных коммуникаций
		ОПК-2. У.2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов	
		ОПК-2. В.2.1. 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	
Культура	ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3. 3.3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса	Межкультурные коммуникации и международные связи с общественностью
		ОПК-3. У.3.1. Анализирует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	
		ОПК-3. В.3.1. Использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	
Аудитория	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. 3.4.1. Знает маркетинговые технологии изучения аудитории	Теория массовых коммуникаций, Научно-исследовательская практика, Научно-исследовательская работа
		ОПК-4. У.4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	
		ОПК-4. В.4.1. 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	
Медиакоммуникационная система	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. 3.5.1. Знает современную медиакоммуникационную систему ОПК-5. У.5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5. В.5.1. 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	Организация командной работы и лидерство, Современная медиаиндустрия, Научно-исследовательская работа
Технологии	ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и	ОПК-6. 3.6.1. Современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью, Маркетинговые информационные

	информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6. У.6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	системы Экосистема цифровых коммуникаций коммуникациях
		ОПК-6. В.6.1. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	
Эффекты	ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7. 3.7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	Современная медиаиндустрия, Управление коммуникационным агентством, Разработка и реализация коммуникационных стратегий, Управление интегрированными коммуникациями, Научно-исследовательская работа
		ОПК-7. У.7.1. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.	
		ОПК-7. В.7.1. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	

3.3 Обязательные профессиональные компетенции выпускников (ПКО) и индикаторы их достижения (Таблица 4).

3.2 Таблица 4

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПКО	Код и наименование индикатора достижения ПКО	Дисциплины (модули), практики, формирующие результаты обучения, соотносимые с ИДК ПКО	Основание (ПС, другое)
Не предусмотрено					

3.4 Рекомендуемые профессиональные компетенции выпускников (ПКР) и индикаторы их достижения (Таблица 5).

Таблица 5

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПКР	Код и наименование индикатора достижения ПКР	Дисциплины (модули), практики, формирующие результаты обучения, соотносимые с ИДК ПКР	Основание (ПС, другое)
Не предусмотрено					

3.5 Самостоятельно определяемые профессиональные компетенции выпускников (ПКС) и индикаторы их достижения (Таблица 6).

Таблица 6

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПКС	Код и наименование индикатора достижения ПКС	Дисциплины (модули), практики, формирующие результаты обучения, соотносимые с ИДК ПКС	Основание (ПС, код трудовой функции, другое)

<p>Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью</p>	<p>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 общности.</p>	<p>ПКС-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПКС-1. 3.1.1. Знает гражданское законодательство Российской Федерации ПКС-1. 3.1.2. Знает принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ ПКС-1. 3.1.3. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность</p> <hr/> <p>ПКС-1. У.1.1. Умеет формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ ПКС-1. У.1.2. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа ПКС-1. У.1.3. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПКС-1. У.1.4. Умеет составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров</p> <hr/> <p>ПКС-1. В.1.1. Владеет организацией сбора информации об узнаваемости</p>	<p>Антикризисные коммуникации, Репутационный менеджмент, Профессиональная этика в медиапространстве Реклама и связи с общественностью в цифровой среде, Защита интеллектуальной собственности Профессионально-творческая практика Преддипломная практика</p>	<p>ПС 06.009 - ТФ В/04.6</p>
--	--	--	---	---	------------------------------

			<p>продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнений потребителей о характеристиках продвигаемой продукции</p> <p>ПКС-1. В.1.2. Владеет разработкой предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ</p>		
<p>Создание концепции, планирование реализации индивидуально го и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>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 общест венности.</p>	<p>ПКС-2. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы</p>	<p>ПКС-2. 3.2.1. Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента</p> <p>ПКС-2. 3.2.2. Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов</p> <p>ПКС-2. У.2.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты</p> <p>ПКС-2. У.2.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p> <p>ПКС-2. У.2.3. Умеет планировать мероприятия по продвижению продукции, планировать расходы на их проведение</p>	<p>Событийный маркетинг</p> <p>Антикризисные коммуникации,</p> <p>Репутационный менеджмент,</p> <p>Перфоманс маркетинг</p> <p>Профессионально-творческая практика</p> <p>Преддипломная практика</p>	<p>ПС 06.009 - ТФ В/02.6</p>

			<p>ПКС-2. В.2.1. Владеет разработкой концепции продвижения продукции СМИ, формированием коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p> <p>ПКС-2. В.2.2. Владеет методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p> <p>ПКС-2. В.2.3. Владеет навыками планирования продвижения продукции при помощи СМИ</p>		
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 обществу..	ПКС-3. Способность принимать участие в поиске и анализе информации, определении структуры и создании контента	<p>ПКС-3. 3.3.1. знает принципы копирайтинга и рерайта</p> <p>ПКС-3. У.3.1. Умеет писать тексты литературным, техническим и рекламным языком</p> <p>ПКС-3. У.3.2. Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты</p> <p>ПКС-3. В.3.1. Владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт)</p> <p>ПКС-3. В.3.2. Владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)</p>	Разработка и продвижение рекламного продукта в цифровой среде Креативные технологии в информационном пространстве Рерайтинг и постинг в цифровой среде Инструменты веб-коммуникаций Профессионально-творческая практика Преддипломная практика	ПС 06.013 - ТФ В/02.5

<p>Системное выстраивание производственного процесса выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных технологий</p>	<p>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.</p>	<p>ПКС-4. Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p>ПКС-4. 3.4.1. Методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах ПКС-4. 3.4.2. Знает основы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами</p> <p>ПКС-4. У.4.1. умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями ПКС-4. У.4.2. умеет работать с большими объемами информации</p> <p>ПКС-4. В.4.1. владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ ПКС-4. В.4.2. владеет основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках</p>	<p>Большие данные в коммуникационных стратегиях Разработка и продвижение рекламного продукта в цифровой среде, Интерактивный маркетинг Инструменты веб-коммуникаций, Профессионально-творческая практика Преддипломная практика</p>	<p>ПС 06.009 - ТФ В/03.6 ПС 06.013 - ТФ С/02.6</p>
<p>Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик</p>	<p>текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации</p>	<p>ПКС-5. Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПКС-5. 3.5.1. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации</p> <p>ПКС-5. У.5.1. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа</p>	<p>Большие данные в коммуникационных стратегиях Интерактивный маркетинг Перфоманс маркетинг Преддипломная практика</p>	<p>ПС 06.009 - ТФ В/01.6</p>

	и(далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности..		ПКС-5. В.5.1. Владеет навыком осуществления поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ		
	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..	ПКС-6 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	ПКС-6. 3.6.1. Знает инструменты маркетинговых коммуникаций ПКС-6. 3.6.2. Знает организацию рекламного дела ПКС-6. 3.6.3. Знает процесс управления знаниями в организации ПКС-6. У.6.1. Умеет формировать имидж и деловую репутацию организации ПКС-6. У.6.2. Умеет продвигать товары (услуги) организации на рынок ПКС-6. У.6.3. Умеет выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий ПКС-6. У.6.4. Умеет проводить оценку результативности маркетинговых программ ПКС-6. У.6.5. Умеет осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации ПКС-6. В.6.1. Владеет разработкой и проведением коммуникационных кампаний в организации ПКС-6. В.6.2. Владеет формированием имиджа и деловой репутации организации ПКС-6. В.6.3. Владеет организацией и	Событийный маркетинг, Реклама и связи с общественностью в цифровой среде, Профессионально-творческая практика, Преддипломная практика Коммуникации в современных научных сообществах	ПС 08.035 - ТФ В/04.7 ПС 08.035 - ТФ С/02.8

			<p>проведением мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации ПКС-6. В.6.4. Владеет разработкой и проведением рекламных акций по стимулированию продаж ПКС-6. В.6.5. Владеет навыками обеспечения контроля маркетинговой деятельности организации</p>		
--	--	--	--	--	--

Трудовые функции профессиональных стандартов, на основе которых установлены ПКС:

- ПС 06.009 - ТФ В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ
- ТФ В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ
- ТФ В/03.6 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ
- ТФ В/04.6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ
- ПС 06.013 - ТФ В/02.5 Написание информационных материалов для сайта
- ТФ С/02.6 Управление информацией из различных источников
- ПС 08.035 - ТФ В/04.07 Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации
- ТФ С/02.8 Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации.

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП ВО

4.1 Материально-техническое обеспечение реализации ОПОП ВО соответствует ФГОС ВО и указывается в Карте обеспеченности материально-технических условий реализации ОПОП ВО, которая подлежит обновлению при необходимости.

4.2 Кадровое обеспечение реализации ОПОП ВО соответствует ФГОС ВО и указывается в Карте обеспеченности кадровых условий реализации ОПОП ВО, которая подлежит ежегодной актуализации для каждого года набора на программу.

4.3 Учебно-методическое обеспечение реализации ОПОП ВО соответствует ФГОС ВО и указывается в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, программе ГИА.

4.4 Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВО.

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе определяется в рамках системы внутренней оценки.

**Дополнения и изменения
к основной профессиональной образовательной программе
По направлению подготовки:**

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность: Цифровые коммуникации и новые медиа

1. Пункт 2.4, абзац 3:

ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам, утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный № 34136);
заменить на:

ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам, утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022 г. № 420н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 августа 2022 г., регистрационный № 148).

2. Пункт 3.5., последний абзац:

ПС 06.013 - ТФ В/02.5 Написание информационных материалов для сайта

Заменить на:

ПС 06.013 - ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта

Дополнения и изменения рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления.

Протокол от «31» августа 2023 г. № 1.

Заведующий кафедрой МиМУ



М.Л. Белоножко