

Общая характеристика образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Креативный продукт в сфере культуры и искусства, разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.


Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования (далее – ФГОС ВО) - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью введен в действие приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 512.

Общая характеристика образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Креативный продукт в сфере культуры и искусства утверждена решением ученого совета НГУАДИ, протокол № 1 от 26.01.2026г.

Образовательная программа бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Креативный продукт в сфере культуры и искусства разработана на кафедре Гуманитарных и социально-экономических дисциплин НГУАДИ.

СОГЛАСОВАНО:

Начальник УРО НГУАДИ


_____ Кузнецова Н.С.

Декан ФБП


_____ Соболева Е.Л.

Зав. кафедрой Гуманитарных и
социально-экономических дисциплин НГУАДИ,
канд.психолог.наук, доцент


_____ Дьячков А.В.

Оглавление

| | | |
|-----|---|----|
| 1 | Общие положения..... | 5 |
| 1.1 | Нормативная база..... | 5 |
| 1.2 | Перечень сокращений..... | 5 |
| 1.3 | Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса | 5 |
| 1.4 | Форма обучения | 5 |
| 1.5 | Сроки получения образования | 6 |
| 1.6 | Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий .. | 6 |
| 1.7 | Реализация программы в сетевой форме | 7 |
| 1.8 | Языки реализации программы | 7 |
| 2 | Характеристика профессиональной деятельности выпускников..... | 7 |
| 2.1 | Области профессиональной деятельности | 7 |
| 2.2 | Задачи профессиональной деятельности выпускников | 7 |
| 2.3 | Направленность (профиль) образовательной программы | 7 |
| 2.4 | Требования к результатам освоения программы | 7 |
| 3 | Структура образовательной программы..... | 8 |
| 3.1 | Структура и объем образовательной программы | 8 |
| 3.2 | Учебный план..... | 8 |
| 3.3 | Организация практик..... | 9 |
| 3.4 | Государственная итоговая аттестация | 9 |
| 3.5 | Календарный учебный график..... | 9 |
| 3.6 | Применяемые образовательные технологии | 10 |
| 4 | Требования к результатам освоения образовательной программы | 10 |
| 5 | Условия реализации образовательной программы | 10 |
| 5.1 | Общесистемные требования к реализации образовательной программы..... | 11 |
| 5.2 | Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению образовательной программы..... | 11 |
| 5.3 | Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы | 12 |
| 5.4 | Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы | 13 |
| 5.5 | Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе..... | 13 |
| 6 | Оценка качества подготовки выпускников по образовательной программе..... | 13 |
| 7 | Особенности реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья | 15 |
| 8 | Особенности реализации программы воспитания в рамках реализуемой образовательной программы..... | 15 |
| | Приложение 1 | 16 |
| | Приложение 2 | 17 |

| | |
|--------------------|----|
| Приложение 3 | 18 |
| Приложение 4..... | 27 |

1 Общие положения

1.1 Нормативная база

- Федеральный закон от 29.12.2012г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный закон от 27.07.2006г. №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
- Федеральный закон от 27.07.2006г. №152-ФЗ «О персональных данных»;
- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08 июня 2017 г. №512 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью»;
- Приказ Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11.01.2011г. №1н «Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования»;
- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021г. №245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 29.06.2015г. №636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;
- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 23.08.2017г. №816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»
- Устав НГУАДИ;
- Локальные нормативные акты НГУАДИ.

1.2 Перечень сокращений

- ГИА – Государственная итоговая аттестация;
- з.е. – зачетная единица;
- НГУАДИ – Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова;
- ОП ВО – образовательная программа высшего образования;
- ОПК – общепрофессиональные компетенции;
- ОТФ - обобщенная трудовая функция;
- ПК – профессиональные компетенции;
- ПС – профессиональный стандарт;
- УК – универсальные компетенции;
- ФГОС ВО - федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;
- ФЗ - Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- ФОС - фонд оценочных средств.

1.3 Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса

Образовательная программа высшего образования – программа бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность

(профиль): Креативный продукт в сфере культуры и искусства, реализуемая в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова» (далее – университет, НГУАДИ) 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), рабочих программ практик;
- фондов оценочных средств, промежуточной и государственной итоговой аттестаций;
- рабочей программы воспитания;
- календарного плана воспитательной работы;
- методических материалов.

Информация об ОП ВО размещена на официальном сайте НГУАДИ в сети «Интернет» <http://nsuada.ru/>

1.4 Форма обучения

Обучение по программе бакалавриата составляет 240 зачётных единиц (далее – з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренному обучению.

Обучение по программе бакалавриата, реализуемой в НГУАДИ походит в очной форме обучения.

1.5 Сроки получения образования

Срок получения образования по программе бакалавриата, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, составляет 4 года в очной форме обучения.

Объем программы бакалавриата в очной форме обучения, реализуемый за один учебный год составляет не более 70 з.е. вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы.

При обучении по индивидуальному учебному плану объем программы бакалавриата реализуемый за один учебный год, составляет не более 80 з.е. вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата (за исключением ускоренного обучения), а при ускоренном обучении – не более 80 з.е.

При обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ срок обучения может быть увеличен по их заявлению не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования, установленного для соответствующей формы обучения.

1.6 Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

При реализации программы бакалавриата в НГУАДИ применяется электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, применяемые при реализации образовательной программы, предусматривают возможность приёма-передачи информации в доступных для них формах.

1.7 Реализация программы в сетевой форме

При реализации программы бакалавриата в НГУАДИ сетевая форма не используется.

1.8 Языки реализации программы

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

2 Характеристика профессиональной деятельности выпускников

2.1 Области профессиональной деятельности

Область профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие образовательную программу высшего образования – программа бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Креативный продукт в сфере культуры и искусства в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова», 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);

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

2.2 Задачи профессиональной деятельности выпускников

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

- маркетинговый;
- социально-просветительский.

2.3 Направленность (профиль) образовательной программы

Образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Креативный продукт в сфере культуры и искусства в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова» соотнесена с профессиональными стандартами. Перечень профессиональных стандартов, соотнесённых с ФГОС ВО:

ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью соотнесен с профессиональными стандартами 06.009 Профессиональный стандарт "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N 33973); 06.013 Профессиональный стандарт "Специалист по информационным ресурсам", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный N 45230).

2.4 Требования к результатам освоения программы

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника, освоившего образовательную программу высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с

общественностью, направленность (профиль): Креативный продукт в сфере культуры и искусства в НГУАДИ представлены в **Приложении 1**.

3 Структура образовательной программы

3.1 Структура и объем образовательной программы

Структура программы бакалавриата по направлению подготовки, направленность (профиль): Креативный продукт в сфере культуры и искусства в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова» состоит из следующих блоков:

- Блок 1 «Дисциплины (модули)»;
- Блок 2 «Практика»;
- Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

Структура и объем программы бакалавриата в НГУАДИ представлены в **Приложении 2**.

3.2 Учебный план

Учебный план программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Креативный продукт в сфере культуры и искусства в НГУАДИ разрабатывается на каждый год начала подготовки и обновляется в соответствии с решением Учёного совета НГУАДИ по мере необходимости внесения изменений.

В учебном плане отображена логическая последовательность освоения циклов и разделов ОП (дисциплин, модулей, практик), обеспечивающих формирование компетенций, соответствующий данному направлению. Указана общая трудоёмкость дисциплин, модулей и практик в зачётных единицах, а также указаны их общая и аудиторная трудоёмкость в часах.

Дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы бакалавриата, являются обязательными для освоения обучающимися вне зависимости от направленности (профиля) программы бакалавриата, которую он осваивает. Набор дисциплин (модулей), относящихся к базовой части программы бакалавриата, организация определяет самостоятельно в объёме, установленном ФГОС ВО, с учётом соответствующей (соответствующих) примерной (примерных) основной (основных) образовательной (образовательных) программы (программ).

В рамках базовой части Блока 1 реализуются дисциплины (модули):

- Философия;
- История России;
- Основы российской государственности;
- Иностранный язык;
- Безопасность жизнедеятельности.

Дисциплины (модуля) «История России» реализуются в объёме не менее 4 з.е., при этом объем контактной работы обучающихся с педагогическими работниками НГУАДИ составляет в очной форме обучения не менее 80 процентов объема, отводимого на реализацию указанной дисциплины (модуля).

Дисциплина «Основы российской государственности» реализуется в объёме 2 з.е. и включена в учебный план ООП бакалавриата в качестве дисциплины базовой части ООП (1 курс, 1 семестр).

Дисциплины (модули) по физической культуре и спорту реализуются в рамках:

- базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата в объёме не менее 72 академических часов (2 з.е.) в очной форме обучения;

- элективных дисциплин (модулей) в объёме не менее 328 академических часов.

Указанные академические часы являются обязательными для освоения и в з.е. не переводятся, не включаются в объем программы, в рамках элективных дисциплин (модулей) в очной форме обучения.

Дисциплины (модули) по физической культуре и спорту реализуются в порядке, установленном НГУАДИ. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается особый порядок освоения дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту с учётом состояния их здоровья.

Дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных компетенций, определяемых ФГОС ВО, а также профессиональных компетенций, определяемых НГУАДИ самостоятельно, могут включаться в обязательную часть программы бакалавриата и (или) в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Объем обязательной части без учета объема государственной итоговой аттестации составляет не менее 40% от общего объема программы бакалавриата. Факультативные дисциплины (модули) не включаются в объем программы бакалавриата.

3.3 Организация практик

В Блок 2 «Практика» входят учебная и производственная практики (далее вместе – практик), в том числе преддипломная. Типы и виды практик устанавливаются учебным планом в зависимости от вида (видов) деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата в соответствии с ФГОС ВО. Способ и форма проведения практики устанавливается программой практики в рамках ОП ВО.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

Организация проведения практики, предусмотренной ОП ВО, осуществляется НГУАДИ на основе договоров с организациями, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках ОП ВО (далее – профильная организация). Практика может быть проведена в структурных подразделениях НГУАДИ.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

3.4 Государственная итоговая аттестация

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

Государственная итоговая аттестация выпускника является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

ГИА устанавливает степень готовности выпускника к решению задач профессиональной деятельности в соответствии с уровнем освоения профессиональных компетенций.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки ГИА включает подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

3.5 Календарный учебный график

Образовательный процесс по образовательной программе организуется по периодам обучения – учебным года (курсам), а также по периодам обучения, выделяемых в рамках курсов (семестрам), и (или) периодам освоения модулей, выделяемых в рамках срока получения высшего образования по образовательной программе и регламентируется в календарном учебном графике.

В календарном учебном графике указаны периоды (включая их продолжительность) и их последовательность по реализации и осуществлению видов учебной деятельности, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, и периоды каникул. Продолжительность курса включает время обучения и время каникул и не может превышать 366 календарных дней. При расчёте продолжительности обучения и каникул в продолжительность обучения не входят нерабочие праздничные дни. Осуществление образовательной деятельности по образовательной программе в нерабочие праздничные дни не проводится. График разрабатывается в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

3.6 Применяемые образовательные технологии

Образовательная деятельность по образовательной программе проводится:

- в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (далее контактная работа);
- в форме самостоятельной работы обучающихся;
- в иных формах, определяемых учебным планом.

При реализации программы бакалавриата аудиторная контактная работа предусматривает групповую работу обучающихся с преподавателем (в группах численностью от двух человек) и индивидуальную работу обучающихся с преподавателем. Объем контактной работы обучающихся с педагогическими работниками НГУАДИ при проведении учебных занятий по программе бакалавриата должен составлять в очной форме обучения - не менее 50 процентов общего объема времени, отводимого на реализацию дисциплин (модулей).

Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Используемые в образовательном процессе формы контактной работы отражены в рабочих программах дисциплин, практик и государственной итоговой аттестации

При реализации образовательного процесса используется электронная информационно-образовательная среда НГУАД.

При проведении занятий в рамках программы бакалавриата, в том числе практических занятий, используются образовательные технологии, активизирующие познавательную деятельность обучающихся.

4 Требования к результатам освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы высшего образования – программа бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Креативный продукт в сфере культуры и искусства в НГУАДИ у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные программой.

Образовательная программы высшего образования – программа бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Креативный продукт в сфере культуры и искусства в НГУАДИ устанавливает универсальные, общепрофессиональные профессиональные компетенции на основании ФГОС ВО и профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников.

Совокупность компетенций, установленных программой бакалавриата представлены в **Приложении 3** и обеспечивают выпускнику способность осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с областью и сферой профессиональной деятельности и решать задачи профессиональной деятельности, установленные программой.

Индикаторы достижения компетенций установлены программой бакалавриата и представлены в **Приложении 4**. Планируемые результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам которые соотнесены с установленными в программе бакалавриата индикаторами достижения компетенций и представлены в рабочих программах дисциплин (модулей), практик.

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

5 Условия реализации образовательной программы

Требования к условиям реализации программы бакалавриата включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому и учебно-

методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации программы бакалавриата, а также требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата.

5.1 Общесистемные требования к реализации образовательной программы

Реализация программы бакалавриата полностью обеспечена материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам, для проведения всех видов дисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде (далее - ЭИОС) НГУАДИ из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), как на территории НГУАДИ, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда НГУАДИ обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации программы бакалавриата с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС НГУАДИ дополнительно обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата;
- проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет».

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

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

5.2 Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению образовательной программы

Помещения НГУАДИ представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей), практик.

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования комплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления информации.

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

Конкретные требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению определяются в рабочих программах дисциплин (модулей), практик.

НГУАДИ обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей), практик и подлежит ежегодному обновлению при необходимости).

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектовывается печатными изданиями из расчёта не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Обучающиеся обеспечиваются доступом (удалённым доступом), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

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

5.3 Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы

Реализация программы бакалавриата обеспечена педагогическими работниками НГУАДИ, а также лицами, привлекаемыми НГУАДИ к реализации программы бакалавриата на иных условиях.

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

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

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

Не менее 60 процентов численности педагогических работников НГУАДИ, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых НГУАДИ к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

К педагогическим работникам и лицам, привлекаемым к образовательной деятельности на иных условиях, с учеными степенями и (или) учеными званиями приравниваются лица без ученых степеней и званий, имеющие государственные почетные звания (народный художник Российской Федерации, заслуженный деятель искусств Российской Федерации, заслуженный художник Российской Федерации, заслуженный работник культуры Российской Федерации); лауреаты государственных премий в области

культуры и искусства; обладатели премий Правительства Российской Федерации в области культуры и искусства, действительные и почетные члены, члены-корреспонденты Российской академии художеств, Российской академии архитектуры и строительных наук; члены Союза художников Российской Федерации, Творческого союза художников Российской Федерации, Союза дизайнеров Российской Федерации, Союза архитекторов Российской Федерации.

5.4 Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы

Финансовое обеспечение реализации программы бакалавриата осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования - программ бакалавриата и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.

5.5 Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе

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

Университет гарантирует качество подготовки обучающихся при реализации программы бакалавриата на основе ФГОС, в том числе за счет:

- мониторинга, периодического рецензирования образовательных программ (не реже одного раза в четыре года);
- разработки объективных процедур оценивания уровня знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников;
- объективности может обеспечиваться за счет реализации механизмов многосторонней оценки качества подготовки со стороны НГУАДИ и работодателей;
- обеспечения компетентности преподавательского состава за счет интеграции с научными институтами, высокотехнологичными компаниями и работодателями.

Механизмами взаимодействия с работодателями для гарантии качества подготовки по программе бакалавриата являются участие в оценке качества подготовки выпускников представителей потенциальных работодателей в рамках государственной итоговой аттестации.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе бакалавриата в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе бакалавриата требованиям ФГОС ВО с учетом соответствующей образовательной программы.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся НГУАДИ создает оценочные материалы (фонды оценочных средств), позволяющие оценить достижение запланированных в программе бакалавриата результатов ее освоения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Обучающимся предоставляется возможность оценивания содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик, а также работы научно-педагогических работников. Оценка качества подготовки по программе бакалавриата проводится на основе анкетирования обучающихся, а также выпускников, завершивших обучение по программе.

Государственная итоговая аттестация включает выполнение и защиту выпускной квалификационной работы, оформленной в соответствии с требованиями, устанавливаемыми Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.

6 Оценка качества подготовки выпускников по образовательной программе

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

Университет гарантирует качество подготовки обучающихся при реализации

программы бакалавриата на основе ФГОС, в том числе за счет:

- мониторинга, периодического рецензирования образовательных программ (не реже одного раза в два года);
- разработки объективных процедур оценивания уровня знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников;
- объективность может обеспечиваться за счет реализации механизмов многосторонней оценки качества подготовки со стороны НГУАДИ, выпускника, обучающегося (самооценка), работодателя;
- обеспечения компетентности преподавательского состава за счет интеграции с научными институтами, высокотехнологичными компаниями и другими работодателями.

Механизмами взаимодействия с работодателями для гарантии качества подготовки по программе бакалавриата являются участие в оценке качества подготовки выпускников представителей потенциальных работодателей в рамках государственной итоговой аттестации.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе бакалавриата в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе бакалавриата требованиям ФГОС ВО с учетом соответствующей образовательной программы.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата осуществляется в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, отвечающими требованиям профессиональных стандартов (при наличии), требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

Оценка качества освоения обучающимися программы бакалавриата включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и государственную итоговую аттестацию.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (в том числе особенности процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации при обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья) устанавливаются в рабочих программах дисциплин (модулей) и практик, программах научных исследований и доводятся до сведения обучающихся в начале соответствующего семестра.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся НГУАДИ создаёт фонды оценочных средств, позволяющие оценить достижение запланированных в программе бакалавриата результатов ее освоения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Обучающимся предоставляется возможность оценивания содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик, а также работы научно-педагогических работников. Оценка качества подготовки по программе бакалавриата проводится на основе анкетирования обучающихся, а также выпускников, завершивших обучение по программе более двух лет назад. Анкетирование проводится не реже одного раза в два года.

Государственная итоговая аттестация включает выполнение и защиту выпускной квалификационной работы, оформленной в соответствии с требованиями, устанавливаемыми Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.

На государственную итоговую аттестацию выносятся разделы образовательной программы бакалавриата, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников.

7 Особенности реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья проводится в зависимости от их индивидуальных потребностей, в т.ч. по индивидуальному учебному плану и с применением адаптированных программ дисциплин (модулей) и практик. При необходимости обучающимся инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется социально-психологическая помощь и сопровождение.

При обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья НГУАДИ вправе продлить срок освоения образовательной программы не более чем на 1 год по сравнению со сроком, установленным для соответствующей формы обучения.

Выбор мест прохождения практик инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляется с учетом их состояния здоровья и требований по доступности.

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

НГУАДИ устанавливает требования к процедуре проведения государственных аттестационных испытаний, в том числе для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями, с учетом состояния их здоровья на основе действующих нормативных актов.

8 Особенности реализации программы воспитания в рамках реализуемой образовательной программы

В соответствии с действующими нормативно-правовыми актами Министерства науки и высшего образования РФ, разработана и постоянно совершенствуется программа воспитания обучающихся НГУАДИ. В соответствии с Программой ежегодно разрабатывается и утверждается на учёном совете университета календарный план воспитательной работы.

Основными направлениями воспитательной деятельности выступают: гражданское, патриотическое, духовно-нравственное, культурно-творческое, научно-образовательное, профессионально-трудовое, экологическое, физическое и другие направления.

В рамках программы воспитательной деятельности в частности реализуются дисциплины по тематике профессиональной социализации, а также мероприятия по содействию прохождения производственной практики и профилактики трудоустройства обучающихся и выпускников НГУАДИ, выездные экскурсионные программы, семинары, конференции, культурно-массовые и спортивные мероприятия, мастер-классы в профессиональной деятельности, соответствующей реализуемой образовательной программе. К реализации программы воспитательной деятельности привлекаются все участники образовательного процесса: студенческое самоуправление, обучающиеся, деканат, кафедры, мастерские и другие структурные подразделения НГУАДИ.

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника, освоившего образовательную программу высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Креативный продукт в сфере культуры и искусства, 2025 года набора.

| Код и наименование профессионального стандарта | Обобщенные трудовые функции | | | Трудовые функции | | |
|--|-----------------------------|---|----------------------|------------------|---|-----------------------------------|
| | Код | Наименование | Уровень квалификации | Код | Наименование | Уровень (подуровень) квалификации |
| 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации | В | Организация продвижения продукции СМИ | 6 | В/0 2.6 | Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ | 6 |
| 06.013 Специалист по информационным ресурсам | С | Управление (менеджмент) информационными ресурсами | 6 | С/0 1.6 | Организация работ по созданию и редактированию контента | 6 |

Структура и объем программы высшего образования

Структура и объем программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Креативный продукт в сфере культуры и искусства, 2025 год набора.

| Структура программы бакалавриата | | Объем программы бакалавриата и ее блоков в з.е. |
|---|-------------------------------------|--|
| Блок 1 | Дисциплины (модули) | 198 |
| Блок 2 | Практика | 33 |
| Блок 3 | Государственная итоговая аттестация | 9 |
| Факультативы | | 2 |
| Объем программы в зачетных единицах | | 240 |
| Объем программы в зачетных единицах (с учетом факультативов) | | 242 |
| II Распределение учебной нагрузки по годам (без учета факультативов) | | |
| Объем программы в I учебный год | | 54 |
| Объем программы в II учебный год | | 66 |
| Объем программы в III учебный год | | 64 |
| Объем программы в IV учебный год | | 56 |

Совокупность компетенций, установленных программой высшего образования

Совокупность компетенций, установленных программой высшего образования – программа бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Креативный продукт в сфере культуры и искусства, 2025 год набора.

Универсальные компетенции выпускников программы бакалавриата и индикаторы их достижения

| Наименование категории (группы) универсальных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции |
|---|---|--|
| Системное и критическое мышление | УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | <p>Знать: УК-1.1.1 Методы критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода в творческой, научной, производственной и художественной жизни;</p> <p>Уметь: УК-1.2.1 Анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществлять декомпозицию задачи; УК-1.2.2 Вырабатывать стратегию действий при решении конкретных художественных, научно-исследовательских и проектных задач; УК-1.2.3 Грамотно, логично, аргументировано формировать собственные суждения и оценки; УК-1.2.4 Находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи; УК-1.2.5 Определять и оценивать последствия возможных решений задач; УК-1.2.6 При обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать собственные мнения и суждения, аргументировать свои выводы и точку зрения;</p> <p>Владеть: УК-1.3.1 Методами критического анализа при решении проблемных ситуаций на основе системного подхода в творческой, научной, производственной и художественной жизни; УК-1.3.2 Методикой проведения социологического исследования; УК-1.3.3 Методикой и методологией изучения исторических и культурологических фактов и явлений;</p> |
| Разработка и реализация проектов | УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | <p>Знать: УК-2.1.1 Основные понятия общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права; УК-2.1.2 Принципы и методы правового регулирования общественных отношений; УК-2.1.3 Основы конституционного строя РФ, конституционные права и свободы человека и гражданина, нормативно-правовую базу государственной политики в сфере культуры;</p> <p>Уметь:</p> |

| | | |
|------------------------------|--|---|
| | | <p>УК-2.2.1 Анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных задач;</p> <p>УК-2.2.2 Самостоятельно ориентироваться в составе законодательства РФ, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных (справочных правовых) систем;</p> <p>УК-2.2.3 Анализировать и обобщать информацию о приоритетных направлениях развития этнокультурной сферы;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-2.3.1 Основными понятиями общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права.</p> |
| Командная работа и лидерство | УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | <p>Знать:</p> <p>УК-3.1.1 Теоретические основы социального взаимодействия для успешной работы в команде;</p> <p>УК-3.1.2 Особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности;</p> <p>УК-3.1.3 Принципы и методы организации работы в малых коллективах</p> <p>УК-3.1.4 Основные направления, формы и методы работы в коллективе, направленные на повышение эффективности деятельности;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-3.2.1 Осуществлять взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;</p> <p>УК-3.2.2 Эффективно взаимодействовать с другими членами команды, в т.ч. участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды;</p> <p>УК-3.2.3 Организовывать информационное взаимодействие руководителя со структурными подразделениями;</p> <p>УК-3.2.4 Организовывать работу исполнителей, находить и принимать управленческие решения в области организации и нормирования труда;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-3.3.1 Навыками командной работы;</p> <p>УК-3.3.2 Навыками организации управления группой, мотивации к действию;</p> <p>УК-3.3.3 Современными методами принятия управленческих решений при организации работы малых коллективов исполнителей;</p> <p>УК-3.3.4 Навыками достижения высоких качественных результатов деятельности малых коллективов исполнителей.</p> |
| Коммуникация | УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | <p>Знать:</p> <p>УК-4.1.1 Государственный(е) язык(и);</p> <p>УК-4.1.2 Язык делового документа;</p> <p>УК-4.1.3 Способы вербальных и невербальных коммуникаций в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия;</p> <p>УК-4.1.4 Современные технологии деловой коммуникации с отечественными и иностранными специалистами;</p> <p>УК-4.1.5 Базовые языковые средства, стили и нормы литературного языка, критерии</p> |

| | | |
|------------------------------|---|--|
| | | <p>правильности, композиционной оформленности и логичности речи;</p> <p>Уметь: УК-4.2.1 Применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия; УК-4.2.2 Осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках;</p> <p>Владеть: УК-4.3.1 Навыками коммуникаций с иностранными делегациями и с ведущими специалистами в сфере креативных индустрий в рамках деловых программ, творческих мероприятий, круглых столов.</p> |
| Межкультурное взаимодействие | УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | <p>Знать: УК-5.1.1 Социально исторические, этические и философские основы межкультурного взаимодействия; УК-5.1.2 Особенности межкультурного взаимодействия в процессе профессиональной коммуникации; УК-5.1.3 Причины межкультурного разнообразия общества в социально-историческом контексте; УК-5.1.4 Основные подходы к изучению культурных явлений; УК-5.1.5 Многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия;</p> <p>Уметь: УК-5.2.1 Воспринимать межкультурное разнообразие общества; УК-5.2.2 Анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного и социального взаимодействия; УК-5.2.3 Учитывать межкультурное разнообразие общества в рамках социально-исторического контекста; УК-5.2.4 Понимать межкультурное разнообразие общества в его различных контекстах: философском, социально историческом, этическом; УК-5.2.5 Демонстрировать толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям; УК-5.2.6 Находить и использовать необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп; УК-5.2.7 Проявлять в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных</p> |

| | | |
|---|--|--|
| | | <p>традиций мира;</p> <p>УК-5.2.8 Сознательно выбирать ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера.</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-5.3.1 Навыками межкультурного взаимодействия в рамках научных и творческих мероприятий;</p> <p>УК-5.3.2 Навыком выбора стратегии действий при решении конкретных научно-исследовательских и проектных задач.</p> |
| Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение) | <p>УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p> | <p>Знать:</p> <p>УК-6.1.1 Стратегии самоорганизации и самоуправления системно-деятельностного характера, аспекты здоровьесбережения;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-6.2.1 Выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования;</p> <p>УК-6.2.2 Анализировать эффективность, планировать свою профессионально-образовательную деятельность;</p> <p>УК-6.2.3 Критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-6.3.1 Способностью управлять своим временем, принципами и приемами здоровьесбережения;</p> <p>УК-6.3.2 Приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях.</p> |
| | <p>УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p> | <p>Знать:</p> <p>УК-7.1.1. Методические основы физической культуры для поддержания должного уровня физической подготовленности;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-7.2.1 Использовать средства и методы физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-7.3.1 Основными принципами физического самосовершенствования.</p> |
| Безопасность жизнедеятельности | <p>УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p> | <p>Знать:</p> <p>УК-8.1.1 Теоретические основы безопасности жизнедеятельности, в том числе при чрезвычайных ситуациях;</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-8.2.1 Выбирать методы защиты от опасностей в повседневной жизни и в профессиональной деятельности, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций;</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-8.3.1 Основами обеспечения безопасности жизнедеятельности, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций.</p> |
| Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность | <p>УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях</p> | <p>Знать:</p> <p>УК-9.1.1 Базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и</p> |

| | | |
|---------------------|---|---|
| | жизнедеятельности | <p>формы участия государства в экономике; УК-9.1.2 Основы экономической культуры и финансовой грамотности; Уметь: УК-9.2.1 Применять основные принципы экономического анализа для принятия решений (учет альтернативных издержек, изменение ценности во времени, сравнение предельных величин); УК-9.2.2 Принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности, в том числе в проектной деятельности; Владеть: УК-9.3.1 Навыками решения экономических задач профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.</p> |
| Гражданская позиция | <p>УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности</p> | <p>Знать: УК-10.1.1 Технологии формирования нетерпимого отношения к коррупционному поведению; УК-10.1.2 Организационно-правовые основы противодействия экстремизму и терроризму в Российской Федерации; Уметь: УК-10.2.1 Выражать гражданскую позицию; УК-10.2.2 Противодействовать проявлениям экстремизма и терроризма в профессиональной деятельности. Владеть: УК-10.3.1 Навыками нетерпимого отношения к коррупционному поведению. УК-10.3.2 Навыками идентификации проявлений экстремизма и терроризма, а также формирования нетерпимого отношения к экстремизму и терроризму в профессиональной деятельности.</p> |

Общепрофессиональные компетенции выпускников программы бакалавриата и индикаторы их достижения

| Код и наименование общепрофессиональных компетенции | Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональных компетенции |
|--|--|
| <p>ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> | <p>Знать: ОПК-1.1.1 Знаковые и медиа системы в коммуникационных специальностях как сфере профессиональной деятельности; ОПК-1.1.2 Основные принципы и приемы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов; ОПК-1.1.3 Теоретические особенности подготовки рекламных сообщений и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем; Уметь: ОПК-1.2.1 Применять базовые техники использования знаковых и медиа систем в системе коммуникаций как сфере профессиональной деятельности, в соответствии с нормами русского и иностранного языков; ОПК-1.2.2 Выявлять и характеризовать коммуникационные и суггестивные компоненты рекламных текстов, структурировать последовательность коммуникативного воздействия PR-текстов и медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>ОПК-1.2.3 Разрабатывать структуру рекламного сообщения в соответствии с целями и задачами рекламной коммуникации; ОПК-1.2.4 Анализировать жанровые особенности PR-текстов; Владеть: ОПК-1.3.1 Способами и методами анализа медиатекстов, медиа и коммуникационные продукты; ОПК-1.3.2 Методами создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, используя правила речевого этикета, ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения; ОПК-1.3.3 Навыками анализа и создания рекламных сообщений различных видов и форматов;</p> |
| <p>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> | <p>Знать: ОПК-2.1.1 Основные этапы становления рекламной и PR индустрии в контексте развития общественных и государственных институтов; ОПК-2.1.2 Основные теории массмедиа, основы современных медийных практик, специфику взаимодействия СМИ с государством и обществом; ОПК-2.1.3 О роли массовых коммуникаций в тенденциях развития общественных и государственных институтов; Уметь: ОПК-2.2.1 Выявлять и описывать смысловые нюансы взаимодействия коммуникационных институтов с государственными и общественными структурами; ОПК-2.2.2 Применять теоретические модели массмедиа к решению конкретных задач в социальной и государственной сферах; ОПК-2.2.3 Разбираться в методах воздействия информации и основных функциях массовой коммуникации; Владеть: ОПК-2.3.1 Методами деконструкции научного исследования в сфере истории рекламы и связей с общественностью; ОПК-2.3.2 Навыками анализа социальных изменений и закономерность формирования гражданской позиции под воздействием создаваемых медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p> |
| <p>ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> | <p>Знать: ОПК-3.1.1 Историко-культурный контекст развития индустрии рекламы и связей с общественностью; ОПК-3.1.2 Историю и теорию мировых и отечественных культур, искусств и дизайна, их важность в профессиональной деятельности. Уметь: ОПК-3.2.1 Анализировать и характеризовать культурные феномены в их различии и взаимосвязи со сферой рекламы и связей с общественностью; ОПК-3.2.4 Рассматривать произведения культуры, искусств и дизайна в широком социально значимом контексте и культурно-историческом контексте; ОПК-3.2.3 Создавать медиатексты с учетом мирового и отечественной опыта культуры и искусства; Владеть: ОПК-3.3.1 Методами презентации результатов историко-культурных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью в форме медиа- и коммуникационных продуктов.</p> |
| <p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p> | <p>Знать: ОПК-4.1.1 Методы определения основных параметров и запросов целевой аудитории в рекламной деятельности; ОПК-4.1.2 Методы оценки эффективности воздействия средств массовой коммуникации на общество; Уметь: ОПК-4.2.1 Исследовать и характеризовать основные параметры отдельных аудиторных групп, их запросы и потребности; ОПК-4.2.2 Использовать методики и техники проведения различных исследований в области рекламы и связей с</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>общественностью в различных структурах для выявления запросов и потребностей общества; ОПК-4.2.3 Подбирать методы и инструменты PR в соответствии с характеристиками целевой аудитории; Владеть: ОПК-4.3.1 Навыками создания коммуникационных продуктов на основании комплексных исследований запросов и потребностей общества и аудитории; ОПК-4.3.2 Навыками подбора видов исследования массовых коммуникаций, интерпретации результатов исследования по изучению и формированию запросов и потребностей общества; ОПК-4.3.3 Навыками разработки проектов PR-кампании в соответствии с характеристиками, потребностями и запросами общественных групп.</p> |
| <p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p> | <p>Знать: ОПК-5.1.1 Тенденции возникновения и развития теории коммуникации, ее современное состояние в широком научном контексте, включающем методологические, философские, социально-психологические, семиотические, лингвистические аспекты; ОПК-5.1.2 Принципы построения и функционирования современных медиакоммуникационных систем; Уметь: ОПК-5.2.1 Различать типы, виды, функции, формы, модели, структурные компоненты медиакоммуникационных систем, соотносит теоретические схемы изучения коммуникации с практикой рекламной деятельности и связей с общественностью; ОПК-5.2.2 Организовывать взаимодействие СМИ с иными коммуникационными системами с учетом экономических, политических, правовых и этических факторов их деятельности; Владеть: ОПК-5.3.1 Методами коммуникации в кросскультурном пространстве, участвует в создании эффективной коммуникационной среды, обеспечении внутренней и внешней коммуникации исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм; ОПК-5.3.2 Навыками профессиональной деятельности в медиасфере, исходя из принципов ее функционирования как медиакоммуникационной системы;</p> |
| <p>ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p> | <p>Знать: ОПК-6.1.1 Программы автоматизированного проектирования для создания объекта проектирования в области креативных индустрий; Уметь: ОПК-6.2.1 Создавать, преобразовывать, использовать в процессе проектирования необходимую графическую информацию; Владеть: ОПК-6.3.1 Уверенно и технически грамотно владеть технологиями создания и редактирования основных типов компьютерной графики.</p> |
| <p>ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p> | <p>Знать: ОПК-7.1.1 Особенности проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий; Уметь: ОПК-7.2.1 Применять социальные регуляторы, следуя принципам социальной ответственности в сфере креативных индустрий; Владеть: ОПК-7.3.1 Навыками планирования и управления возможными последствиями осуществления профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.</p> |

Профессиональные компетенции выпускников программы бакалавриата и индикаторы их достижения

| Задача профессиональной деятельности | Код и наименование профессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции | Область и сфера профессиональной деятельности | Основание (ПС, анализ опыта) |
|---|---|--|--|---|
| Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый | | | | |
| Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ; Организация работ по созданию и редактированию контента | ПК-1 Способность разрабатывать и реализовывать коммуникационные стратегии и кампании | <p>Знать: ПК-1.1.1 Основные теории и модели коммуникаций, используемые в рекламе и связях с общественностью; ПК-1.1.2 Принципы построения коммуникационных стратегий и этапы планирования кампаний; ПК-1.1.3 Особенности целевых аудиторий и методы их сегментирования;</p> <p>Уметь: ПК-1.2.1 Разрабатывать коммуникационные стратегии с учетом целей, задач и особенностей организации; ПК-1.2.2 Планировать и координировать проведение рекламных и PR-кампаний; ПК-1.2.3 Оценивать риски и прогнозировать возможные последствия коммуникационных решений;</p> <p>Владеть: ПК-1.3.1 Навыками подготовки медиапланов и презентаций коммуникационных проектов; ПК-1.3.2 Технологиями взаимодействия с клиентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами; ПК-1.3.3 Инструментами анализа эффективности коммуникационных мероприятий.</p> | Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются сквозные виды профессиональной деятельности (в сфере Креативных индустрий) | Профессиональный стандарт 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам |
| Тип задач профессиональной деятельности: социально-просветительский | | | | |
| Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ | ПК-2 Владение технологиями создания и распространения информационного контента | <p>Знать: ПК-2.1.1 Жанры и форматы медиаконтента, применяемые в рекламе и PR; ПК-2.1.2 Технологии и этапы производства текстового, визуального и мультимедийного контента; ПК-2.1.3 Правовые и этические нормы создания и распространения информации;</p> <p>Уметь: ПК-2.2.1 Создавать и редактировать тексты, визуальные и мультимедийные материалы для различных платформ; ПК-2.2.2 Адаптировать контент под специфику каналов коммуникации</p> | Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются сквозные виды профессиональной деятельности (в сфере Креативных индустрий) | Профессиональный стандарт: 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации |

| | | | | |
|---|---|--|---|---|
| | | <p>и целевых аудиторий; ПК-2.2.3 Организовывать распространение контента с использованием современных цифровых инструментов; Владеть: ПК-2.3.1 Навыками работы с программами для создания и обработки медиаконтента (графические, видеоредакторы и др.); ПК-2.3.2 Технологиями публикации и продвижения контента в онлайн и офлайн-среде; ПК-2.3.3 Приемами эффективной визуализации информации;</p> | | |
| <p>Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ Модерирование обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях</p> | <p>ПК-3 Умение анализировать эффективность коммуникационной деятельности и принимать управленческие решения</p> | <p>Знать: ПК-3.1.1 Методы и инструменты мониторинга и оценки эффективности коммуникаций. ПК-3.1.2 Критерии и показатели результативности коммуникационных кампаний; ПК-3.1.3 Основы маркетинговой и социологической аналитики; Уметь: ПК-3.2.1 Собирать и анализировать данные о результатах коммуникационных мероприятий; ПК-3.2.2 Использовать методы количественного и качественного анализа для оценки эффективности коммуникационных кампаний; ПК-3.2.3 Формулировать рекомендации по корректировке коммуникационных стратегий на основе анализа данных; Владеть: ПК-3.3.1 Навыками работы с аналитическими и статистическими программами; ПК-3.3.2 Методами формирования эффективных коммуникационных целей; ПК-3.3.3 Приемами принятия управленческих решений в условиях неопределенности и изменяющейся среды.</p> | <p>Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются сквозные виды профессиональной деятельности (в сфере Креативных индустрий)</p> | <p>Профессиональный стандарт: 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам</p> |

Соответствие между индикаторами компетенции выпускника и элементами образовательной программы

Планируемые результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам которые соотнесены с установленными в программе высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Креативный продукт в сфере культуры и искусства на 2025 года набора индикаторами достижения компетенций и представлены в рабочих программах дисциплин (модулей), практик.

| Код компетенции | Код и наименование индикаторов компетенций |
|--|---|
| Блок 1. Дисциплины (модули) | |
| Обязательная часть | |
| История России | |
| УК-5 | УК-5.1.1 Социально исторические, этические и философские основы межкультурного взаимодействия; УК-5.2.1 Воспринимать межкультурное разнообразие общества; УК-5.3.1 Навыками межкультурного взаимодействия в рамках научных и творческих мероприятий. |
| Иностранный язык | |
| УК-4 | УК-4.1.3 Способы вербальных и невербальных коммуникаций в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия; УК-4.2.1 Применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия; УК-4.3.1 Навыками коммуникаций с иностранными делегациями и с ведущими специалистами в сфере креативных индустрий в рамках деловых программ, творческих мероприятий, круглых столов. |
| Русский язык и культура речи | |
| УК-4 | УК-4.1.1 Государственный(е) язык(и); УК-4.1.2 Язык делового документа; УК-4.1.5 Базовые языковые средства, стили и нормы литературного языка, критерии правильности, композиционной оформленности и логичности речи; УК-4.2.2 Осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках. |
| Введение в коммуникационные специальности | |
| ОПК-1 | ОПК-1.1.1 Знаковые и медиа системы в коммуникационных специальностях как сфере профессиональной деятельности; ОПК-1.2.1 Применять базовые техники использования знаковых и медиа систем в системе коммуникаций как сфере профессиональной деятельности, в соответствии с нормами русского и иностранного языков; ОПК-1.3.1 Способами и методами анализа медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов. |
| ОПК-7 | ОПК-7.1.1 Особенности проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий; ОПК-7.2.1 Применять социальные регуляторы, следуя принципам социальной ответственности в сфере креативных индустрий; ОПК-7.3.1 Навыками планирования и управления возможными последствиями осуществления профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий. |
| История рекламы и связей с общественностью | |
| ОПК-2 | ОПК-2.1.1 Основные этапы становления рекламной и PR-индустрии в контексте развития общественных и государственных институтов; ОПК-2.2.1 Выявлять и описывать смысловые нюансы взаимодействия коммуникационных институтов с государственными и общественными структурами; ОПК-2.3.1 Методами деконструкции научного исследования в сфере истории рекламы и связей с общественностью. |

| | |
|-------------------------------|--|
| ОПК-3 | ОПК-3.1.1 Историко-культурный контекст развития индустрии рекламы и связей с общественностью; ОПК-3.2.1 Анализировать и характеризовать культурные феномены в их различии и взаимосвязи со сферой рекламы и связей с общественностью; ОПК-3.3.1 Методами презентации результатов историко-культурных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью в форме медиа- и коммуникационных продуктов. |
| Информатика | |
| УК-1 | УК-1.1.1 Методы критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода в творческой, научной, производственной и художественной жизни; УК-1.2.4 Находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи. |
| ОПК-6 | ОПК-6.1.1 Программы автоматизированного проектирования для создания объекта проектирования в области креативных индустрий; ОПК-6.2.1 Создавать, преобразовывать, использовать в процессе проектирования необходимую графическую информацию; ОПК-6.3.1 Уверенно и технически грамотно владеть технологиями создания и редактирования основных типов компьютерной графики. |
| Основы теории коммуникации | |
| ОПК-1 | ОПК-1.1.3 Теоретические особенности подготовки рекламных сообщений и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем; ОПК-1.2.2 Выявлять и характеризовать коммуникационные и суггестивные компоненты рекламных текстов, структурировать последовательность коммуникативного воздействия PR-текстов и медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; ОПК-1.3.2 Методами создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, используя правила речевого этикета, ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения. |
| ОПК-5 | ОПК-5.1.1 Тенденции возникновения и развития теории коммуникации, ее современное состояние в широком научном контексте, включающем методологические, философские, социально-психологические, семиотические, лингвистические аспекты; ОПК-5.2.1 Различать типы, виды, функции, формы, модели, структурные компоненты медиакоммуникационных систем, соотносит теоретические схемы изучения коммуникации с практикой рекламной деятельности и связей с общественностью; ОПК-5.3.1 Методами коммуникации в кросскультурном пространстве, участвует в создании эффективной коммуникационной среды, обеспечении внутренней и внешней коммуникации исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм. |
| Социология | |
| УК-1 | УК-1.1.1 Методы критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода в творческой, научной, производственной и художественной жизни; УК-1.2.2 Вырабатывать стратегию действий при решении конкретных художественных, научно-исследовательских и проектных задач; УК-1.2.3 Грамотно, логично, аргументировано формировать собственные суждения и оценки; УК-1.2.5 Определять и оценивать последствия возможных решений задач; УК-1.2.6 При обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать собственные мнения и суждения, аргументировать свои выводы и точку зрения; УК-1.3.1 Методами критического анализа при решении проблемных ситуаций на основе системного подхода в творческой, научной, производственной и художественной жизни; УК-1.3.2 Методикой проведения социологического исследования. |
| УК-5 | УК-5.1.3 Причины межкультурного разнообразия общества в социально-историческом контексте; УК-5.2.3 Учитывать межкультурное разнообразие общества в рамках социально-исторического контекста; УК-5.3.2 Навыком выбора стратегии действий при решении конкретных научно-исследовательских и проектных задач. |
| Основы проектной деятельности | |
| УК-6 | УК-6.1.1 Стратегии самоорганизации и самоуправления системно-деятельностного характера, аспекты здоровьесбережения УК-6.2.2 Анализировать эффективность, планировать свою профессионально- |

| | |
|---|---|
| | образовательную деятельность; УК-6.2.3 Критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата; УК-6.3.1 Способностью управлять своим временем, принципами и приемами здоровьесбережения. |
| Теория и практика массмедиа | |
| ПК-2 | ПК – 2.1.1 Жанры и форматы медиаконтента, применяемые в рекламе и PR; ПК – 2.1.3 Правовые и этические нормы создания и распространения информации; ПК – 2.2.3 Организовывать распространение контента с использованием современных цифровых инструментов; ПК – 2.3.2 Технологиями публикации и продвижения контента в онлайн и офлайн-среде. |
| Физическая культура и спорт | |
| УК-7 | УК-7.1.1. Методические основы физической культуры для поддержания должного уровня физической подготовленности; УК-7.2.1 Использовать средства и методы физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; УК-7.3.1 Основными принципами физического самосовершенствования. |
| Теория и практика видео рекламы | |
| ОПК-1 | ОПК-1.1.3 Теоретические особенности подготовки рекламных сообщений и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем; ОПК-1.2.3 Разрабатывать структуру рекламного сообщения в соответствии с целями и задачами рекламной коммуникации; ОПК-1.3.3 Навыками анализа и создания рекламных сообщений различных видов и форматов. |
| Культурология | |
| УК-5 | УК-5.1.1 Социально исторические, этические и философские основы межкультурного взаимодействия; УК-5.1.2 Особенности межкультурного взаимодействия в процессе профессиональной коммуникации; УК-5.2.1 Воспринимать межкультурное разнообразие общества; УК-5.3.1 Навыками межкультурного взаимодействия в рамках научных и творческих мероприятий. |
| Фирменный стиль и основы дизайна | |
| ОПК-6 | ОПК-6.1.1 Программы автоматизированного проектирования для создания объекта проектирования в области креативных индустрий; ОПК-6.2.1 Создавать, преобразовывать, использовать в процессе проектирования необходимую графическую информацию; ОПК-6.3.1 Уверенно и технически грамотно владеть технологиями создания и редактирования основных типов компьютерной графики. |
| Социология и психология массовых коммуникаций | |
| ОПК-2 | ОПК-2.1.3 О роли массовых коммуникаций в тенденциях развития общественных и государственных институтов; ОПК-2.2.3 Разбираться в методах воздействия информации и основных функциях массовой коммуникации; ОПК-2.3.2 Навыками анализа социальных изменений и закономерность формирования гражданской позиции под воздействием создаваемых медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. |
| ОПК-4 | ОПК-4.1.2 Методы оценки эффективности воздействия средств массовой коммуникации на общество; ОПК-4.2.2 Использовать методики и техники проведения различных исследований в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах для выявления запросов и потребностей общества; ОПК-4.3.2 Навыками подбора видов исследования массовых коммуникаций, интерпретации результатов исследования по изучению и формированию запросов и потребностей общества. |
| Теория и практика маркетинговых коммуникаций | |
| ОПК-1 | ОПК-1.1.3 Теоретические особенности подготовки рекламных сообщений и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем; ОПК-1.2.3 Разрабатывать структуру рекламного сообщения в соответствии с целями и задачами рекламной коммуникации; ОПК-1.3.3 Навыками анализа и создания рекламных сообщений различных видов и |

| | |
|-------------------------------------|--|
| | форматов; |
| ОПК-4 | ОПК-4.1.1 Методы определения основных параметров и запросов целевой аудитории в рекламной деятельности; ОПК-4.2.1 Исследовать и характеризовать основные параметры отдельных аудиторных групп, их запросы и потребности; ОПК-4.3.1 Навыками создания коммуникационных продуктов на основании комплексных исследований запросов и потребностей общества и аудитории. |
| Медиатекст и основы копирайтинга | |
| ПК-2 | ПК-2.1.2 Технологии и этапы производства текстового, визуального и мультимедийного контента; ПК-2.2.1 Создавать и редактировать тексты, визуальные и мультимедийные материалы для различных платформ; ПК – 2.2.2 Адаптировать контент под специфику каналов коммуникации и целевых аудиторий; ПК – 2.3.3 Приемами эффективной визуализации информации. |
| Безопасность жизнедеятельности | |
| УК-8 | УК-8.1.1 Теоретические основы безопасности жизнедеятельности, в том числе при чрезвычайных ситуациях; УК-8.2.1 Выбирать методы защиты от опасностей в повседневной жизни и в профессиональной деятельности, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций; УК-8.3.1 Основами обеспечения безопасности жизнедеятельности, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций. |
| УК-10 | УК-10.1.2 Организационно-правовые основы противодействия экстремизму и терроризму в Российской Федерации; УК-10.2.2 Противодействовать проявлениям экстремизма и терроризма в профессиональной деятельности. УК-10.3.2 Навыками идентификации проявлений экстремизма и терроризма, а также формирования нетерпимого отношения к экстремизму и терроризму в профессиональной деятельности. |
| Основы теории и методологии дизайна | |
| ОПК-3 | ОПК-3.1.2 Историю и теорию мировых и отечественных культур, искусств и дизайна, их важность в профессиональной деятельности; ОПК-3.2.4 Рассматривать произведения культуры, искусств и дизайна в широком социально значимом контексте и культурно-историческом контексте. |
| Маркетинг и менеджмент | |
| УК-3 | УК-3.1.4 Основные направления, формы и методы работы в коллективе, направленные на повышение эффективности деятельности; УК-3.2.3 Организовывать информационное взаимодействие руководителя со структурными подразделениями; УК-3.2.4 Организовывать работу исполнителей, находить и принимать управленческие решения в области организации и нормирования труда; УК-3.3.2 Навыками организации управления группой, мотивации к действию; УК-3.3.4 Навыками достижения высоких качественных результатов деятельности малых коллективов исполнителей. |
| УК-9 | УК-9.1.2 Основы экономической культуры и финансовой грамотности; УК-9.2.1 Применять основные принципы экономического анализа для принятия решений (учет альтернативных издержек, изменение ценности во времени, сравнение предельных величин); УК-9.3.1 Навыками решения экономических задач профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий. |
| ПК-3 | ПК-3.1.1 Методы и инструменты мониторинга и оценки эффективности коммуникаций; ПК-3.1.3 Основы маркетинговой и социологической аналитики; ПК-3.2.3 Формулировать рекомендации по корректировке коммуникационных стратегий на основе анализа данных; ПК-3.3.3 Приемами принятия управленческих решений в условиях неопределенности и изменяющейся среды. |
| Философия | |
| УК-1 | УК-1.1.1 Методы критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода в творческой, научной, производственной и художественной жизни; УК-1.2.2 Вырабатывать стратегию действий при решении конкретных художественных, научно-исследовательских и проектных задач; |

| | |
|--|--|
| | УК-1.3.1 Методами критического анализа при решении проблемных ситуаций на основе системного подхода в творческой, научной, производственной и художественной жизни; УК-1.3.3 Методикой и методологией изучения исторических и культурологических фактов и явлений. |
| УК-5 | УК-5.1.1 Социально-исторические, этические и философские основы межкультурного взаимодействия; УК-5.2.1 Воспринимать межкультурное разнообразие общества; УК-5.3.1 Навыками межкультурного взаимодействия в рамках научных и творческих мероприятий. |
| Корпоративные коммуникации | |
| ПК-3 | ПК-3.1.2 Критерии и показатели результативности коммуникационных кампаний; ПК-3.2.2 Использовать методы количественного и качественного анализа для оценки эффективности коммуникационных кампаний; ПК-3.3.2 Методами формирования эффективных коммуникационных целей. |
| Медиапланирование | |
| ПК-1 | ПК - 1.1.1 Основные теории и модели коммуникаций, используемые в рекламе и связях с общественностью ПК – 1.1.2 Принципы построения коммуникационных стратегий и этапы планирования кампаний; ПК-1.2.1 Разрабатывать коммуникационные стратегии с учетом целей, задач и особенностей организации; ПК – 1.3.1 Навыками подготовки медиапланов и презентаций коммуникационных проектов. |
| Основы сторителлинга | |
| ПК-2 | ПК-2.1.2 Технологии и этапы производства текстового, визуального и мультимедийного контента; ПК-2.2.2 Адаптировать контент под специфику каналов коммуникации и целевых аудиторий; ПК-2.3.3 Приемами эффективной визуализации информации. |
| История искусств | |
| УК-5 | УК-5.1.2 Особенности межкультурного взаимодействия в процессе профессиональной коммуникации; УК-5.2.2 Анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного и социального взаимодействия; |
| ОПК-3 | ОПК-3.1.2 Историю и теорию мировых и отечественных культур, искусств и дизайна, их важность в профессиональной деятельности; ОПК-3.2.3 Создавать медиатексты с учетом мирового и отечественной опыта культуры и искусства. |
| Маркетинг социальных медиа | |
| ПК-3 | ПК-3.1.1 Методы и инструменты мониторинга и оценки эффективности коммуникаций; ПК-3.2.1 Собирать и анализировать данные о результатах коммуникационных мероприятий; ПК-3.3.1 Навыками работы с аналитическими и статистическими программами. |
| Теория и практика связей с общественностью | |
| ПК-1 | ПК – 1.1.2 Принципы построения коммуникационных стратегий и этапы планирования кампаний; ПК – 1.2.3 Оценивать риски и прогнозировать возможные последствия коммуникационных решений; ПК – 1.3.2 Технологиями взаимодействия с клиентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами. |
| Экономика | |
| УК-9 | УК-9.1.1 Базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике; УК-9.1.2 Основы экономической культуры и финансовой грамотности; УК-9.2.1 Применять основные принципы экономического анализа для принятия решений (учет альтернативных издержек, изменение ценности во времени, сравнение предельных величин); УК-9.2.2 Принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности, в том числе в проектной деятельности; УК-9.3.1 Навыками решения экономических задач профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий. |
| УК-10 | УК-10.1.1 Технологии формирования нетерпимого отношения к коррупционному поведению; УК-10.2.1 Выражать гражданскую позицию; |

| | |
|-------------------------------------|---|
| | УК-10.3.1 Навыками нетерпимого отношения к коррупционному поведению. |
| Право | |
| УК-2 | УК-2.1.1 Основные понятия общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права; УК-2.1.2 Принципы и методы правового регулирования общественных отношений; УК-2.1.3 Основы конституционного строя РФ, конституционные права и свободы человека и гражданина, нормативно-правовую базу государственной политики в сфере культуры; УК-2.2.2 Самостоятельно ориентироваться в составе законодательства РФ, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных (справочных правовых) систем; УК-2.3.1 Основными понятиями общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права. |
| Основы российской государственности | |
| УК-5 | УК-5.1.5 Многообразии культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; УК-5.2.5 Демонстрировать толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям; УК-5.2.6 Находить и использовать необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп; УК-5.2.7 Проявлять в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира; УК-5.2.8 Сознательно выбирать ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера. |
| Профессиональная социализация | |
| ОПК-1 | ОПК-1.1.2 Основные принципы и приемы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов; ОПК-1.2.1 Применять базовые техники использования знаковых и медиа систем в системе коммуникаций как сфере профессиональной деятельности, в соответствии с нормами русского и иностранного языков; ОПК-1.3.2 Методами создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, используя правила речевого этикета, ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения. |
| Визуальные коммуникации | |
| ОПК-1 | ОПК-1.1.3 Теоретические особенности подготовки рекламных сообщений и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем; ОПК-1.2.2 Выявлять и характеризовать коммуникационные и суггестивны компоненты рекламных текстов, структурировать последовательность коммуникативного воздействия PR-текстов и медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; ОПК-1.3.2 Методами создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, используя правила речевого этикета, ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения. |
| История графического дизайна | |
| ОПК-3 | ОПК-3.1.2 Историю и теорию мировых и отечественных культур, искусств и дизайна, их важность в профессиональной деятельности; ОПК-3.2.4 Рассматривать произведения культуры, искусств и дизайна в широком социально значимом контексте и культурно-историческом контексте. |
| Дизайн и рекламные технологии | |
| ОПК-4 | ОПК-4.1.1 Методы определения основных параметров и запросов целевой аудитории в рекламной деятельности; ОПК-4.2.3 Подбирать методы и инструменты PR в соответствии с характеристиками целевой аудитории; ОПК-4.3.1 Навыками создания коммуникационных продуктов на основании комплексных исследований запросов и потребностей общества и аудитории. |

| | |
|---|---|
| Современные компьютерные технологии | |
| ОПК-6 | ОПК-6.1.1 Программы автоматизированного проектирования для создания объекта проектирования в области креативных индустрий; ОПК-6.2.1 Создавать, преобразовывать, использовать в процессе проектирования необходимую графическую информацию; ОПК-6.3.1 Уверенно и технически грамотно владеть технологиями создания и редактирования основных типов компьютерной графики. |
| Современные инсталляции и реклама | |
| ОПК-1 | ОПК-1.1.3 Теоретические особенности подготовки рекламных сообщений и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов с учетом особенностей различных знаковых систем; ОПК-1.2.3 Разрабатывать структуру рекламного сообщения в соответствии с целями и задачами рекламной коммуникации. |
| Культурные институции и социальное взаимодействие | |
| ОПК-3 | ОПК-3.1.1 Историко-культурный контекст развития индустрии рекламы и связей с общественностью; ОПК-3.2.3 Создавать медиатексты с учетом мирового и отечественной опыта культуры и искусства; ОПК-3.3.1 Методами презентации результатов историко-культурных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью в форме медиа- и коммуникационных продуктов. |
| Рекламные конструкции | |
| ОПК-5 | ОПК-5.1.2 Принципы построения и функционирования современных медиакоммуникационных систем; ОПК-5.2.1 Различать типы, виды, функции, формы, модели, структурные компоненты медиакоммуникационных систем, соотносит теоретические схемы изучения коммуникации с практикой рекламной деятельности и связей с общественностью; ОПК-5.2.2 Организовывать взаимодействие СМИ с иными коммуникационными системами с учетом экономических, политических, правовых и этических факторов их деятельности; ОПК-5.3.1 Методами коммуникации в кросскультурном пространстве, участвует в создании эффективной коммуникационной среды, обеспечении внутренней и внешней коммуникации исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм. |
| Этика рекламы | |
| ОПК-2 | ОПК-2.1.1 Основные этапы становления рекламной и PRиндустрии в контексте развития общественных и государственных институтов; ОПК-2.2.2 Применять теоретические модели массмедиа к решению конкретных задач в социальной и государственной сферах; ОПК-2.3.2 Навыками анализа социальных изменений и закономерность формирования гражданской позиции под воздействием создаваемых медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. |
| Ивент-менеджмент | |
| ОПК-4 | ОПК-4.1.1 Методы определения основных параметров и запросов целевой аудитории в рекламной деятельности; ОПК-4.2.1 Исследовать и характеризовать основные параметры отдельных аудиторных групп, их запросы и потребности; ОПК-4.3.3 Навыками разработки проектов PR-кампании в соответствии с характеристиками, потребностями и запросами общественных групп. |
| Часть, формируемая участниками образовательных отношений | |
| Элективные дисциплины по физической культуре и спорту | |
| УК-7 | УК-7.1.1. Методические основы физической культуры для поддержания должного уровня физической подготовленности; УК-7.2.1 Использовать средства и методы физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; УК-7.3.1 Основными принципами физического самосовершенствования. |
| Современное и актуальное искусства | |

| | |
|---|---|
| УК-5 | УК-5.1.4 Основные подходы к изучению культурных явлений; УК-5.1.5 Многообразии культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; УК-5.2.4 Понимать межкультурное разнообразие общества в его различных контекстах: философском, социально историческом, этическом; УК-5.3.1 Навыками межкультурного взаимодействия в рамках научных и творческих мероприятий. |
| Основы брендинга | |
| ПК-1 | ПК – 1.1.3 Особенности целевых аудиторий и методы их сегментирования; ПК – 1.2.2 Планировать и координировать проведение рекламных и PR-кампаний; ПК – 1.3.2 Технологиями взаимодействия с клиентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами; ПК – 1.3.3 Инструментами анализа эффективности коммуникационных мероприятий. |
| Фотографика и практика рекламной фотографии | |
| ПК-2 | ПК – 2.1.3 Правовые и этические нормы создания и распространения информации; ПК – 2.2.1 Создавать и редактировать тексты, визуальные и мультимедийные материалы для различных платформ; ПК – 2.3.3 Приемами эффективной визуализации информации. |
| Культура логического мышления | |
| УК-1 | УК-1.1.1 Методы критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода в творческой, научной, производственной и художественной жизни; УК-1.2.3 Грамотно, логично, аргументировано формировать собственные суждения и оценки; УК-1.2.6 При обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать собственные мнения и суждения, аргументировать свои выводы и точку зрения; УК-1.3.1 Методами критического анализа при решении проблемных ситуаций на основе системного подхода в творческой, научной, производственной и художественной жизни. |
| Технологии SMM | |
| ПК-2 | ПК – 2.1.2 Технологии и этапы производства текстового, визуального и мультимедийного контента; ПК – 2.2.1 Создавать и редактировать тексты, визуальные и мультимедийные материалы для различных платформ; ПК – 2.2.2 Адаптировать контент под специфику каналов коммуникации и целевых аудиторий; ПК – 2.3.2 Технологиями публикации и продвижения контента в онлайн и офлайн-среде. |
| Арт-журналистика | |
| ПК-2 | ПК – 2.1.2 Технологии и этапы производства текстового, визуального и мультимедийного контента; ПК – 2.2.2 Адаптировать контент под специфику каналов коммуникации и целевых аудиторий; ПК – 2.2.3 Организовывать распространение контента с использованием современных цифровых инструментов; ПК – 2.3.2 Технологиями публикации и продвижения контента в онлайн и офлайн-среде. |
| УК-3 | УК-3.1.1 Теоретические основы социального взаимодействия для успешной работы в команде; УК-3.1.2 Особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности; УК-3.2.1 Осуществлять взаимодействие и реализовывать свою роль в команде. |
| Введение в предпринимательство | |
| УК-2 | УК-2.1.1 Основные понятия общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права; УК-2.1.2 Принципы и методы правового регулирования общественных отношений; УК-2.2.1 Анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных задач; УК-2.3.1 Основными понятиями общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права. |
| Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1) | |
| Арт-менеджмент | |
| УК-3 | УК-3.1.1 Теоретические основы социального взаимодействия для успешной работы в команде; УК-3.1.2 Особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности; УК-3.1.3 Принципы и методы организации работы в малых коллективах; |

| | |
|--|---|
| | <p>УК-3.2.1 Осуществлять взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;</p> <p>УК-3.2.2 Эффективно взаимодействовать с другими членами команды, в т.ч. участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды;</p> <p>УК-3.3.1 Навыками командной работы;</p> <p>УК-3.3.2 Навыками организации управления группой, мотивации к действию;</p> <p>УК-3.3.3 Современными методами принятия управленческих решений при организации работы малых коллективов исполнителей.</p> |
| ПК-3 | <p>ПК – 3.1.3 Основы маркетинговой и социологической аналитики;</p> <p>ПК–3.2.2 Использовать методы количественного и качественного анализа для оценки эффективности коммуникационных кампаний;</p> <p>ПК – 3.3.3 Приемами принятия управленческих решений в условиях неопределенности и изменяющейся среды.</p> |
| Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью | |
| УК-3 | <p>УК-3.1.1 Теоретические основы социального взаимодействия для успешной работы в команде;</p> <p>УК-3.1.2 Особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности;</p> <p>УК-3.1.3 Принципы и методы организации работы в малых коллективах;</p> <p>УК-3.2.1 Осуществлять взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;</p> <p>УК-3.3.2 Навыками организации управления группой, мотивации к действию;</p> <p>УК-3.3.3 Современными методами принятия управленческих решений при организации работы малых коллективов исполнителей;</p> <p>УК-3.3.4 Навыками достижения высоких качественных результатов деятельности малых коллективов исполнителей.</p> |
| ПК-3 | <p>ПК – 3.1.1 Методы и инструменты мониторинга и оценки эффективности коммуникаций;</p> <p>ПК – 3.2.1 Собирать и анализировать данные о результатах коммуникационных мероприятий;</p> <p>ПК – 3.3.3 Приемами принятия управленческих решений в условиях неопределенности и изменяющейся среды.</p> |
| Блок 2. Практика | |
| Обязательная часть | |
| Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика | |
| УК-1 | <p>УК-1.1.1 Методы критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода в творческой, научной, производственной и художественной жизни;</p> <p>УК-1.2.1 Анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществлять декомпозицию задачи;</p> <p>УК-1.3.1 Методами критического анализа при решении проблемных ситуаций на основе системного подхода в творческой, научной, производственной и художественной жизни.</p> |
| УК-2 | <p>УК-2.2.1 Анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных задач;</p> <p>УК-2.3.1 Основными понятиями общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права.</p> |
| УК-3 | УК-3.2.1 Осуществлять взаимодействие и реализовывать свою роль в команде. |
| УК-4 | УК-4.2.2 Осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках. |
| УК-5 | УК-5.2.1 Воспринимать межкультурное разнообразие общества. |
| УК-6 | <p>УК-6.2.1 Выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования;</p> <p>УК-6.3.1 Способностью управлять своим временем, принципами и приемами здоровьесбережения;</p> <p>УК-6.3.2 Приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях.</p> |
| ОПК-1 | <p>ОПК-1.1.1 Знаковые и медиа системы в коммуникационных специальностях как сфере профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК-1.1.2 Основные принципы и приемы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов;</p> <p>ОПК-1.2.1 Применять базовые техники использования знаковых и медиа систем в системе коммуникаций как сфере профессиональной деятельности, в соответствии с нормами русского и иностранного языков;</p> <p>ОПК-1.2.3 Разрабатывать структуру рекламного сообщения в соответствии с целями и задачами рекламной коммуникации;</p> <p>ОПК-1.2.4 Анализировать жанровые особенности PR-текстов;</p> <p>ОПК-1.3.1 Способами и методами анализа медиатекстов, медиа и коммуникационные продукты;</p> <p>ОПК-1.3.2 Методами создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или)</p> |

| | |
|--|--|
| | медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, используя правила речевого этикета, ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения. |
| ОПК-2 | ОПК-2.1.2 Основные теории массмедиа, основы современных медийных практик, специфику взаимодействия СМИ с государством и обществом; ОПК-2.1.3 О роли массовых коммуникаций в тенденциях развития общественных и государственных институтов; ОПК-2.2.1 Выявлять и описывать смысловые нюансы взаимодействия коммуникационных институтов с государственными и общественными структурами. |
| ОПК-3 | ОПК-3.2.1 Анализировать и характеризовать культурные феномены в их различии и взаимосвязи со сферой рекламы и связей с общественностью. |
| ПК-2 | ПК – 2.2.2 Адаптировать контент под специфику каналов коммуникации и целевых аудиторий ПК – 2.3.1 Навыками работы с программами для создания и обработки медиаконтента (графические, видеоредакторы и др.) |
| Производственная практика. Профессионально-творческая практика | |
| УК-1 | УК-1.1.1 Методы критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода в творческой, научной, производственной и художественной жизни; УК-1.2.1 Анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществлять декомпозицию задачи; УК-1.3.1 Методами критического анализа при решении проблемных ситуаций на основе системного подхода в творческой, научной, производственной и художественной жизни. |
| УК-2 | УК-2.1.1 Основные понятия общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права; УК-2.2.1 Анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных задач; УК-2.3.1 Основными понятиями общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права. |
| УК-3 | УК-3.1.1 Теоретические основы социального взаимодействия для успешной работы в команде; УК-3.2.1 Осуществлять взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; УК-3.3.1 Навыками командной работы. |
| УК-4 | УК-4.1.4 Современные технологии деловой коммуникации с отечественными и иностранными специалистами. |
| УК-5 | УК-5.1.1 Социально-исторические, этические и философские основы межкультурного взаимодействия. |
| УК-6 | УК-6.1.1 Стратегии самоорганизации и самоуправления системно-деятельностного характера, аспекты здоровьесбережения; УК-6.3.1 Способностью управлять своим временем, принципами и приемами здоровьесбережения; УК-6.3.2 Приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях. |
| УК-9 | УК-9.1.1 Базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике. |
| ОПК-1 | ОПК-1.1.1 Знаковые и медиа системы в коммуникационных специальностях как сфере профессиональной деятельности; ОПК-1.1.2 Основные принципы и приемы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов; ОПК-1.2.1 Применять базовые техники использования знаковых и медиа систем в системе коммуникаций как сфере профессиональной деятельности, в соответствии с нормами русского и иностранного языков; ОПК-1.2.3 Разрабатывать структуру рекламного сообщения в соответствии с целями и задачами рекламной коммуникации; ОПК-1.2.4 Анализировать жанровые особенности PR-текстов; ОПК-1.3.1 Способами и методами анализа медиатекстов, медиа и коммуникационные продукты; ОПК-1.3.2 Методами создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, используя правила речевого этикета, ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения. |
| ОПК-2 | ОПК-2.1.2 Основные теории массмедиа, основы современных медийных практик, специфику взаимодействия СМИ с государством и обществом; ОПК-2.2.3 Разбираться в методах воздействия информации и основных функциях массовой коммуникации. |
| ПК-1 | ПК – 1.1.3 Особенности целевых аудиторий и методы их сегментирования; ПК – 1.2.2 Планировать и координировать проведение рекламных и PR-кампаний; |

| | |
|---|--|
| | ПК – 1.3.2 Технологиями взаимодействия с клиентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами. |
| ПК-2 | ПК – 2.1.2 Технологии и этапы производства текстового, визуального и мультимедийного контента; ПК-2.2.1 Использовать прикладные аспекты психологии художественного творчества при решении профессиональных задач: производить и воспроизводить идеи, авторские ходы и преобразовать их в творческий продукт; управлять основными этапами креативного процесса; ПК-2.3.1 Навыками разработки творческих идей и креативных технологий в продвижении товаров и услуг в соответствии с техническим (творческим) заданием для решения творческих задач по разработке коммуникационной стратегии в сфере культуры и искусства, использования полученных знаний в работе с творческой личностью и творческим коллективом. |
| Часть, формируемая участниками образовательных отношений | |
| Производственная практика. Преддипломная практика | |
| УК-1 | УК-1.1.1 Методы критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода в творческой, научной, производственной и художественной жизни; УК-1.2.1 Анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществлять декомпозицию задачи; УК-1.3.1 Методами критического анализа при решении проблемных ситуаций на основе системного подхода в творческой, научной, производственной и художественной жизни. |
| УК-2 | УК-2.1.1 Основные понятия общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права; УК-2.2.1 Анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных задач; УК-2.3.1 Основными понятиями общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права. |
| УК-3 | УК-3.1.1 Теоретические основы социального взаимодействия для успешной работы в команде; УК-3.2.1 Осуществлять взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; УК-3.3.1 Навыками командной работы. |
| УК-4 | УК-4.1.4 Современные технологии деловой коммуникации с отечественными и иностранными специалистами. |
| УК-5 | УК-5.1.1 Социально исторические, этические и философские основы межкультурного взаимодействия. |
| УК-6 | УК-6.1.1 Стратегии самоорганизации и самоуправления системно-деятельностного характера, аспекты здоровьесбережения; УК-6.3.1 Способностью управлять своим временем, принципами и приемами здоровьесбережения; УК-6.3.2 Приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях. |
| ПК-1 | ПК - 1.1.1 Основные теории и модели коммуникаций, используемые в рекламе и связях с общественностью; ПК – 1.1.2 Принципы построения коммуникационных стратегий и этапы планирования кампаний; ПК – 1.1.3 Особенности целевых аудиторий и методы их сегментирования; ПК – 1.2.1 Разрабатывать коммуникационные стратегии с учетом целей, задач и особенностей организации; ПК – 1.2.2 Планировать и координировать проведение рекламных и PR-кампаний; ПК – 1.2.3 Оценивать риски и прогнозировать возможные последствия коммуникационных решений; ПК – 1.3.1 Навыками подготовки медиапланов и презентаций коммуникационных проектов; ПК – 1.3.2 Технологиями взаимодействия с клиентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами; ПК – 1.3.3 Инструментами анализа эффективности коммуникационных мероприятий. |
| ПК-2 | ПК – 2.1.1 Жанры и форматы медиаконтента, применяемые в рекламе и PR; ПК – 2.1.2 Технологии и этапы производства текстового, визуального и мультимедийного контента; ПК – 2.1.3 Правовые и этические нормы создания и распространения информации; ПК – 2.2.1 Создавать и редактировать тексты, визуальные и мультимедийные материалы для различных платформ; ПК – 2.2.2 Адаптировать контент под специфику каналов коммуникации и целевых аудиторий; |

| | |
|--|---|
| | <p>ПК – 2.2.3 Организовывать распространение контента с использованием современных цифровых инструментов;</p> <p>ПК – 2.3.1 Навыками работы с программами для создания и обработки медиаконтента (графические, видеоредакторы и др.);</p> <p>ПК – 2.3.2 Технологиями публикации и продвижения контента в онлайн и офлайн-среде;</p> <p>ПК – 2.3.3 Приемами эффективной визуализации информации.</p> |
| ПК-3 | <p>ПК – 3.1.1 Методы и инструменты мониторинга и оценки эффективности коммуникаций;</p> <p>ПК – 3.1.2 Критерии и показатели результативности коммуникационных кампаний;</p> <p>ПК – 3.1.3 Основы маркетинговой и социологической аналитики;</p> <p>ПК – 3.2.1 Собирать и анализировать данные о результатах коммуникационных мероприятий;</p> <p>ПК-3.2.2 Использовать методы количественного и качественного анализа для оценки эффективности коммуникационных кампаний;</p> <p>ПК – 3.2.3 Формулировать рекомендации по корректировке коммуникационных стратегий на основе анализа данных;</p> <p>ПК- 3.3.1 Навыками работы с аналитическими и статистическими программами;</p> <p>ПК – 3.3.2 Методами формирования эффективных коммуникационных целей;</p> <p>ПК – 3.3.3 Приемами принятия управленческих решений в условиях неопределенности и изменяющейся среды.</p> |
| Блок 3. Государственная итоговая аттестация | |
| Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы | |
| УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; УК-9; УК-10; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3 | |
| Факультативные дисциплины | |
| Деловое общение в профессиональной деятельности | |
| УК-4 | <p>УК-4.1.1 Государственный(е) язык(и)</p> <p>УК-4.1.2 Язык делового документа</p> <p>УК-4.1.3 Способы вербальных и невербальных коммуникаций в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p> <p>УК-4.1.4 Современные технологии деловой коммуникации с отечественными и иностранными специалистами</p> <p>УК-4.1.5 Базовые языковые средства, стили и нормы литературного языка, критерии правильности, композиционной оформленности и логичности речи</p> <p>УК-4.2.1 Применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p> <p>УК-4.2.2 Осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках</p> <p>УК-4.3.1 Навыками коммуникаций с иностранными делегациями и с ведущими специалистами в сфере креативных индустрий в рамках деловых программ, творческих мероприятий, круглых столов.</p> |
| Авторское право | |
| УК-2 | <p>УК-2.1.1 Основные понятия общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права;</p> <p>УК-2.1.2 Принципы и методы правового регулирования общественных отношений;</p> <p>УК-2.1.3 Основы конституционного строя РФ, конституционные права и свободы человека и гражданина, нормативно-правовую базу государственной политики в сфере культуры;</p> <p>УК-2.2.1 Анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивать и выбирать оптимальные способы решения поставленных задач;</p> <p>УК-2.2.2 Самостоятельно ориентироваться в составе законодательства РФ, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных (справочных правовых) систем;</p> <p>УК-2.2.3 Анализировать и обобщать информацию о приоритетных направлениях развития этнокультурной сферы;</p> <p>УК-2.3.1 Основными понятиями общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права.</p> |