**Универсальные компетенции:**

УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| УК-1\_ИДК1  Пороговый | Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи; Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. | Принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации. | Применять принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации; Грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки. | Практическими навыками поиска, анализа и синтеза информации. |
| УК-1\_ИДК2  Базовый | Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки. | Принципы и методы системного подхода. | Отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности; применять принципы и методы системного подхода для решения поставленных задач | Практическими навыками выбора оптимальных способов решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. |
| УК-1\_ИДК3  Повышенный | Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи; Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.  Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки. | Принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации.  Принципы и методы системного подхода. | Применять принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации; Грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки.  Отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности; применять принципы и методы системного подхода для решения поставленных задач | Практическими навыками поиска, анализа и синтеза информации.  Практическими навыками выбора оптимальных способов решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. |

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.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| УК-2\_ИДК1  Пороговый | Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач. | Принципы и методы декомпозиции задач, действующие правовые нормы. | Определять круг задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. | Практическими навыками определения круга задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. |
| УК-2\_ИДК2  Базовый | Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений. | Принципы и методы анализа имеющихся ресурсов и ограничений. | Выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. | Практическими навыками выбора оптимальных способов решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. |
| УК-2\_ИДК3  Повышенный | Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач.  Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений. | Принципы и методы декомпозиции задач, действующие правовые нормы.  Принципы и методы анализа имеющихся ресурсов и ограничений. | Определять круг задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.  Выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. | Практическими навыками определения круга задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.  Практическими навыками выбора оптимальных способов решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. |

УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| УК-3\_ИДК1  Пороговый | Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде. | Особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности. | Предвидеть результаты (последствия) личных действий. | Способностью планировать последовательность шагов для достижения заданного результата. |
| УК-3\_ИДК2  Базовый | Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентацией результатов команд. | Методы социального взаимодействия. | Применять принципы социального взаимодействия. | Практическими навыками социального взаимодействия. |
| УК-3\_ИДК3  Повышенный | Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде.  Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентацией результатов команд. | Особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности.  Методы социального взаимодействия. | Предвидеть результаты (последствия) личных действий.  Применять принципы социального взаимодействия. | Способностью планировать последовательность шагов для достижения заданного результата.  Практическими навыками социального взаимодействия. |

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

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| УК-4\_ИДК1  Пороговый | Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения. | Стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами. | Строить деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации. | Практическими навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации. |
| УК-4\_ИДК2  Базовый | Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках. | Принципы деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации. | Использовать информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (- ых) языках. | Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (- ых) на государственный язык и обратно. |
| УК-4\_ИДК3  Повышенный | Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения.  Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках. | Стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.  Принципы деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации. | Строить деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации.  Использовать информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (- ых) языках. | Практическими навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации.  Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (- ых) на государственный язык и обратно. |

УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| УК-5\_ИДК1  Пороговый | Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения. | Закономерности, основные события и особенности истории России с древнейших времен до наших дней в контексте европейской и всемирной истории; историю становления и развития государственности. | Выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории, определять особенности основных этапов эволюции государственности. | Навыками анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной истории. |
| УК-5\_ИДК2  Базовый | Умеет недискриминационно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции. | Культурные особенности и традиции различных социальных групп. | Давать оценку культурно-историческим ценностям России; систематизировать механизмы социально-экономического и политического развития России в контексте всемирно-исторического процесса. | Способностью обобщать особенности эволюции процессов государственного развития. |
| УК-5\_ИДК3  Повышенный | Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения.  Умеет недискриминационно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции. | Закономерности, основные события и особенности истории России с древнейших времен до наших дней в контексте европейской и всемирной истории; историю становления и развития государственности.  Культурные особенности и традиции различных социальных групп. | Выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории, определять особенности основных этапов эволюции государственности.  Давать оценку культурно-историческим ценностям России; систематизировать механизмы социально-экономического и политического развития России в контексте всемирно-исторического процесса. | Навыками анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной истории.  Способностью обобщать особенности эволюции процессов государственного развития. |

УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| УК-6\_ИДК1  Пороговый | Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда. | Виды ресурсов (личностных, ситуативных, временных и т.д.) и их пределы, необходимые для успешного выполнения порученной работы; принципы и методы саморазвития и самообразования. | Выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. | Способностью реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда. |
| УК-6\_ИДК2  Базовый | Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решения поставленных задач, а также относительно полученного результата. | Принципы и методы управления временем. | Оптимально управлять своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. | Навыками приобретения новых знаний и навыков; оптимального управления своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. |
| УК-6\_ИДК3  Повышенный | Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.  Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решения поставленных задач, а также относительно полученного результата. | Виды ресурсов (личностных, ситуативных, временных и т.д.) и их пределы, необходимые для успешного выполнения порученной работы; принципы и методы саморазвития и самообразования.  Принципы и методы управления временем. | Выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.  Оптимально управлять своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. | Способностью реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.  Навыками приобретения новых знаний и навыков; оптимального управления своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. |

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

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| УК-7\_ИДК1  Пороговый | Основы спортивной тренировки; методику направленного использования средств физической культуры в зависимости от будущей профессиональной деятельности. | Эффективно применять различные формы самостоятельных занятий. | Технологией планирования и контроля физкультурно-спортивной деятельности. | Технологией планирования и контроля физкультурно-спортивной деятельности. |
| УК-7\_ИДК2  Базовый | Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности. | Основы планирования и контроля физкультурно-спортивной деятельности. | Эффективно применять различные формы самостоятельных занятий и спортивной тренировки с целью укрепления здоровья, физического самосовершенствования и достижения должного уровня физической подготовленности иподдержания высокого уровня профессиональной работоспособности. | Профессионально-прикладными видами спорта; дополнительными средствами повышения общей и профессиональной работоспособности. |
| УК-7\_ИДК3  Повышенный | Основы спортивной тренировки; методику направленного использования средств физической культуры в зависимости от будущей профессиональной деятельности.  Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности. | Эффективно применять различные формы самостоятельных занятий.  Основы планирования и контроля физкультурно-спортивной деятельности. | Технологией планирования и контроля физкультурно-спортивной деятельности.  Эффективно применять различные формы самостоятельных занятий и спортивной тренировки с целью укрепления здоровья, физического самосовершенствования и достижения должного уровня физической подготовленности иподдержания высокого уровня профессиональной работоспособности. | Технологией планирования и контроля физкультурно-спортивной деятельности.  Профессионально-прикладными видами спорта; дополнительными средствами повышения общей и профессиональной работоспособности. |

УК-8 - Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| УК-8\_ИДК1  Пороговый | Правила по охране труда, Основы трудового законодательства Российской Федерации. | Создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности. | Практическими навыками создания и поддержки безопасных условий жизнедеятельности. | Практическими навыками создания и поддержки безопасных условий жизнедеятельности. |
| УК-8\_ИДК2  Базовый | Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте, в т.ч. с помощью средств защиты. | Классификацию чрезвычайных ситуаций; действия при авариях, катастрофах и стихийных бедствиях; назначение, подготовку и правила пользования индивидуальными средствами защиты при современных средствах поражения. | Оказать первую помощь при кровотечении, ожогах, ранении и травмах; пользоваться, находящимися в индивидуальной аптечке, предметами и средствами по их прямому назначению. | Способностью участвовать в спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятиях в случае возникновения чрезвычайных ситуаций. |
| УК-8\_ИДК3  Повышенный | Правила по охране труда, Основы трудового законодательства Российской Федерации.  Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте, в т.ч. с помощью средств защиты. | Создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности.  Классификацию чрезвычайных ситуаций; действия при авариях, катастрофах и стихийных бедствиях; назначение, подготовку и правила пользования индивидуальными средствами защиты при современных средствах поражения. | Практическими навыками создания и поддержки безопасных условий жизнедеятельности.  Оказать первую помощь при кровотечении, ожогах, ранении и травмах; пользоваться, находящимися в индивидуальной аптечке, предметами и средствами по их прямому назначению. | Практическими навыками создания и поддержки безопасных условий жизнедеятельности.  Способностью участвовать в спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятиях в случае возникновения чрезвычайных ситуаций. |

**Общепрофессиональные компетенции:**

ОПК-1 - Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и(или) медиапродукты, и/или коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского или иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| ОПК-1\_ИДК1  Пороговый | Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ. | Правила и нормы русского языков, используемую терменологию в рекламной деятельности. | Создавать медиатексты и медиапродукты. | Знаниями в области создания коммуникацинного воздействия на потребителя. |
| ОПК-1\_ИДК2  Базовый | Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. | Нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем, необходимых для создания рекламных продуктов. | Разрабатывать рекламные сообщения с учетом особенностей русского и иностранных языков. | Навыками создания медиатекстов, медиапродуктов, а также коммуникационных продуктов, таких как рекламные сообщения. |
| ОПК-1\_ИДК3  Повышенный | Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.  Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. | Правила и нормы русского языков, используемую терменологию в рекламной деятельности.  Нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем, необходимых для создания рекламных продуктов. | Создавать медиатексты и медиапродукты.  Разрабатывать рекламные сообщения с учетом особенностей русского и иностранных языков. | Знаниями в области создания коммуникацинного воздействия на потребителя.  Навыками создания медиатекстов, медиапродуктов, а также коммуникационных продуктов, таких как рекламные сообщения. |

ОПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапрoдуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| ОПК-2\_ИДК1  Пороговый | Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития. | Существующие тенденции развития общества. | Прогнозировать развитие общественных и государственных институтов. | Навыками демонстрации и всестороннего освещения проблематики общественных и государственных структур. |
| ОПК-2\_ИДК2  Базовый | Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. | Основные направления развития общественных и государственных институтов. | Выделять актуальные вопросы и проблемы в развитии общества. | Подходами к созданию и распространению медиапродукта с учетом существующих проблем общества. |
| ОПК-2\_ИДК3  Повышенный | Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.  Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. | Существующие тенденции развития общества.  Основные направления развития общественных и государственных институтов. | Прогнозировать развитие общественных и государственных институтов.  Выделять актуальные вопросы и проблемы в развитии общества. | Навыками демонстрации и всестороннего освещения проблематики общественных и государственных структур.  Подходами к созданию и распространению медиапродукта с учетом существующих проблем общества. |

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

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| ОПК-3\_ИДК1  Пороговый | Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса. | Тенденции развития отечественной и мировой культуры. | Определять перспективные достижения отечественной и мировой культуры, необходимые к популиризации. | Методами создания медиапродуктов и медиатекстов. |
| ОПК-3\_ИДК2  Базовый | Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. | Актуальные достижения мировой и отечественной культуры. | Использовать полученные знания в создании медиапродуктов. | Теоретическими и практическими знаниями в области использования рекламируемых продуктов. |
| ОПК-3\_ИДК3  Повышенный | Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.  Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. | Тенденции развития отечественной и мировой культуры.  Актуальные достижения мировой и отечественной культуры. | Определять перспективные достижения отечественной и мировой культуры, необходимые к популиризации.  Использовать полученные знания в создании медиапродуктов. | Методами создания медиапродуктов и медиатекстов.  Методами создания медиапродуктов и медиатекстов. |

ОПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| ОПК-4\_ИДК1  Пороговый | Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп. | Существующие запросы и потребности общества. | Формулировать грамотный ответ на запросы различных групп общественности. | Технологиями формирования общественного мнения. |
| ОПК-4\_ИДК2  Базовый | Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. | Основные потребности отдельных членов общества. | Определять тенденции развития общественного мнения и определять факторы, влияющие на формирование запросов. | Методами управления потребительским спросом посредствам рекламы и специальных мероприятий. |
| ОПК-4\_ИДК3  Повышенный | Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.  Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. | Существующие запросы и потребности общества.  Основные потребности отдельных членов общества. | Формулировать грамотный ответ на запросы различных групп общественности.  Определять тенденции развития общественного мнения и определять факторы, влияющие на формирование запросов. | Технологиями формирования общественного мнения.  Методами управления потребительским спросом посредствам рекламы и специальных мероприятий. |

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.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| ОПК-5\_ИДК1  Пороговый | Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. | Законодательство Российской Федерации о предоставлении рекламных услуг. | Применять нормативные акты и правовую документацию в сфере рекламы. | Навыками поиска информации в основных правовых системах. |
| ОПК-5\_ИДК2  Базовый | Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. | Тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. | Использовать правовые и этические нормы регулирования профессиональной деятельности. | Знаниями о политических и экономических механизмах регулирования предпринимательской среды. |
| ОПК-5\_ИДК3  Повышенный | Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.  Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. | Законодательство Российской Федерации о предоставлении рекламных услуг.  Тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. | Применять нормативные акты и правовую документацию в сфере рекламы.  Использовать правовые и этические нормы регулирования профессиональной деятельности. | Навыками поиска информации в основных правовых системах.  Знаниями о политических и экономических механизмах регулирования предпринимательской среды. |

ОПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| ОПК-6\_ИДК1  Пороговый | Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение. | Технологические инновации и современное программное обеспечение в рекламной деятельности. | Использовать инновационные технологии в информационном обеспечении и организации в рекламой деятельности. | Теоретическими и практическими навыками интеллектульных технологий в сфере рекламы. |
| ОПК-6\_ИДК2  Базовый | Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. | Основные программные продукты в сфере рекламы. | Использовать компьютерные программы в рекламной деятельности с учетом отечественного и зарубежного опыта. | Осуществлять поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональную рекламную деятельность. |
| ОПК-6\_ИДК3  Повышенный | Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.  Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. | Технологические инновации и современное программное обеспечение в рекламной деятельности.  Основные программные продукты в сфере рекламы. | Использовать инновационные технологии в информационном обеспечении и организации в рекламой деятельности.  Использовать компьютерные программы в рекламной деятельности с учетом отечественного и зарубежного опыта. | Теоретическими и практическими навыками интеллектульных технологий в сфере рекламы.  Осуществлять поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональную рекламную деятельность. |

ОПК-7 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| ОПК-7\_ИДК1  Пороговый | Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности. | Возможные последствия от рекламного воздействия на аудиторию. | Управлять собственными ресурсами с учетом возникающих эффектов от профессиональной деятельности. | Навыками устранения нежелательных последствий от своей профессиональной деятельности. |
| ОПК-7\_ИДК2  Базовый | Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом. | Возможные эффекты от осуществления своей профессиональной деятельности. | Предвидеть нежелательные последствия от своей профессиональной деятельности. | Принципами социальной ответственности бизнеса. |
| ОПК-7\_ИДК3  Повышенный | Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.  Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом. | Возможные последствия от рекламного воздействия на аудиторию.  Возможные эффекты от осуществления своей профессиональной деятельности. | Управлять собственными ресурсами с учетом возникающих эффектов от профессиональной деятельности.  Предвидеть нежелательные последствия от своей профессиональной деятельности. | Навыками устранения нежелательных последствий от своей профессиональной деятельности.  Принципами социальной ответственности бизнеса. |

**Профессиональные компетенции:**

**Обязательные**

**Тип задач: Организационный**

ПКО-1 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| ПКО-1\_ИДК1  Пороговый | Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. | Закономерности и основные направления деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью. | Разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты по рекламе и связям с общественностью. | Навыками коммуникационного взаимодействия между организацией и ее целевой аудиторией. |
| ПКО-1\_ИДК2  Базовый | Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии. | Особенности планирования и организации коммуникационной стратегии компании. | Разрабатывать внутренние коммуникации по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. | Технологиями формирования коммуникационной политики компании, направленной на внутреннюю и внешнюю аудиторию. |
| ПКО-1\_ИДК3  Повышенный | Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. | Закономерности формирования корпоративной культуры корпоративной идентичности. | Разрабатывать внутренне коммуникации и мероприятия, направленные на корпоративную культуру идентичность. | Навыками по формированию корпоративной идентичности. |

**Тип задач: Маркетинговый**

ПКО-2 - Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| ПКО-2\_ИДК1  Пороговый | Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта. | Особенности и преимущества отдельных маркетинговых инструментов. | Планировать производство и реализовывать коммуникационные продукты. | Методами продвижения компании и ее продукта на рынок. |
| ПКО-2\_ИДК2  Базовый | Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта. | Методы маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта. | Осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами. | Методами реализации коммуникационного продукта, ориентированного на разные целевые группы. |
| ПКО-2\_ИДК3  Повышенный | Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами. | Особенности взаимодействия с разными целевыми группами. | Организовать обратную связь с разными целевыми аудиториями. | Методами формирования единой базы по взаимодействию с целевыми группами. |

**Самостоятельно определяемые университетом:**

**Тип задач: Организационный**

ПК-УВ1 - Способен формулировать предложения по совершенстованию системы продвижения товаров и услуг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| ПК УВ-1\_ИДК1  Пороговый | Демонстрирует знание существующих инструментов продвижения, необходимых для эффективного управления товарами и услугами на рынке. | Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития. | Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга. | Технологиями формирования комплекса продвижения товаров и услуг. |
| ПК УВ-1\_ИДК2  Базовый | Разрабатывает комплексное предложение по оптимизации существующей системы продвижения с учетов рыночных тенденций и особенностей товаров или услуг. | Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг. | Работать со специализированными программами по управлению маркетинговыми инструментами продвижения и инструментами прогнозирования. | Методами прогнозирования результатов использования инструментов продвижения. |
| ПК УВ-1\_ИДК3  Повышенный | Демонстрирует знание существующих инструментов продвижения, необходимых для эффективного управления товарами и услугами на рынке.  Разрабатывает комплексное предложение по оптимизации существующей системы продвижения с учетов рыночных тенденций и особенностей товаров или услуг. | Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития.  Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг. | Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга.  Работать со специализированными программами по управлению маркетинговыми инструментами продвижения и инструментами прогнозирования. | Технологиями формирования комплекса продвижения товаров и услуг.  Методами прогнозирования результатов использования инструментов продвижения. |

**Тип задач: Маркетинговый**

ПК-УВ2 - Способен к разработке и реализации мероприятий по привлечению новых потребителей.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| ПК УВ-2\_ИДК1  Пороговый | Анализирует существующие возможности по управлению потребительским спросом и рассматривает перспективные направления по работе с клиентами. | Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики. | Определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации и их влияние на потребительский спрос. | Методами реализации разработанных мероприятий по привлечению новых потребителей. |
| ПК УВ-2\_ИДК2  Базовый | Разрабатывает и реализует оптимальные мероприятия рекламы и связей с общественностью по привлечению новых потребителей товаров и услуг. | Действующие маркетинговые методы привлечения потребителей, наиболее эффективно применяемые в отрасли в целом. | Разрабатывать единый оптимальный подход к управлению потребительским спросом новых потребителей. | Технологиями управления потребительским спросом. |
| ПК УВ-2\_ИДК3  Повышенный | Анализирует существующие возможности по управлению потребительским спросом и рассматривает перспективные направления по работе с клиентами.  Разрабатывает и реализует оптимальные мероприятия рекламы и связей с общественностью по привлечению новых потребителей товаров и услуг. | Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики.  Действующие маркетинговые методы привлечения потребителей, наиболее эффективно применяемые в отрасли в целом. | Определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации и их влияние на потребительский спрос.  Разрабатывать единый оптимальный подход к управлению потребительским спросом новых потребителей. | Методами реализации разработанных мероприятий по привлечению новых потребителей.  Технологиями управления потребительским спросом. |

**Тип задач: Маркетинговый**

ПК-УВ3- Способен к управлению коммуникационной политикой компании и проведению рекламных кампаний.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| ПК УВ-3\_ИДК1  Пороговый | Демонстрирует навыки управления коммуникационной политикой компании с учетом ее конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынке. | Основные тенденции и динамику развития потребительского спроса и рыночную конъюнктуру. | Анализировать тенденции изменения потребительского восприятия коммуникационных посланий организации. | Подходами к организации и проведению коммуникационных компаний. |
| ПК УВ-3\_ИДК2  Базовый | Прорабатывает комплексную систему коммуникационного воздействия на потребителя, способствует проведению рекламных кампаний в организации. | Модели коммуникационной политики, наиболее подходящий для организации. | Использовать инструменты проектного управления успешными брендами. | Инструментами создания и проведения рекламных кампаний, методами оценки эффективности коммуникационной политики. |
| ПК УВ-3\_ИДК3  Повышенный | Демонстрирует навыки управления коммуникационной политикой компании с учетом ее конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынке.  Прорабатывает комплексную систему коммуникационного воздействия на потребителя, способствует проведению рекламных кампаний в организации. | Основные тенденции и динамику развития потребительского спроса и рыночную конъюнктуру.  Модели коммуникационной политики, наиболее подходящий для организации. | Анализировать тенденции изменения потребительского восприятия коммуникационных посланий организации.  Использовать инструменты проектного управления успешными брендами. | Подходами к организации и проведению коммуникационных компаний.  Инструментами создания и проведения рекламных кампаний, методами оценки эффективности коммуникационной политики. |

**Тип задач: Маркетинговый**

ПК-УВ4 - Способен к разработке, тестированию и внедрению фирменного стиля организации, а также к созданию бренда компании.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| ПК УВ-4\_ИДК1  Пороговый | Разрабатывает, тестирует и корректирует фирменный стиль организации, способствует созданию бренда. | Процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов). | Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами. | Знаниями в области формирования фирменного стиля организации и бренда компании. |
| ПК УВ-4\_ИДК2  Базовый | Осуществляет действия по управлению фирменным стилем организации, способствует созданию и продвижению бренда компании. | Основные элементы фирменного стиля и оказываемое ими влияние на рынок при формировании бренда компании. | Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок. | Подходами к организации процесса разработки и внедрению бренда на рынок. |
| ПК УВ-4\_ИДК3  Повышенный | Разрабатывает, тестирует и корректирует фирменный стиль организации, способствует созданию бренда.  Осуществляет действия по управлению фирменным стилем организации, способствует созданию и продвижению бренда компании. | Процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов).  Основные элементы фирменного стиля и оказываемое ими влияние на рынок при формировании бренда компании. | Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами.  Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок. | Знаниями в области формирования фирменного стиля организации и бренда компании.  Подходами к организации процесса разработки и внедрению бренда на рынок. |

**Тип задач: Маркетинговый**

ПК-УВ5 - Способен к разработке рекомендаций по совершенствованию ценовой политики организации.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| ПК УВ-5\_ИДК1  Пороговый | Анализирует существующие ценовые стратегии на рекламные продукты и разрабатывает рекомендации для совершенствования ценовой политики в области рекламы и связей с общественностью. | Инструменты маркетингового ценообразования. | Рассчитывать цены на рекламные мероприятия организации. | Методами и стратегиями ценообразования. |
| ПК УВ-5\_ИДК2  Базовый | Формулирует грамотное предложение по оптимизации стратегии ценообразования организации в области рекламы продукции. | Методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий. | Разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования. | Методологическими подходами к установлению цены на рекламные продукты и прогнозированию спроса на них. |
| ПК УВ-5\_ИДК3  Повышенный | Анализирует существующие ценовые стратегии на рекламные продукты и разрабатывает рекомендации для совершенствования ценовой политики в области рекламы и связей с общественностью.  Формулирует грамотное предложение по оптимизации стратегии ценообразования организации в области рекламы продукции. | Инструменты маркетингового ценообразования.  Методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий. | Рассчитывать цены на рекламные мероприятия организации.  Разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования. | Методами и стратегиями ценообразования.  Методологическими подходами к установлению цены на рекламные продукты и прогнозированию спроса на них. |

**Тип задач: Маркетинговый**

ПК-УВ6 - Способен к разработке рекомендаций по формированию имиджа и репутации компании.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| ПК УВ-6\_ИДК1  Пороговый | Определяет основные направления по работе с имиджем организации, анализирует сложившуюся репутацию компании. | Методы оценки имиджа и репутации компании. | Формировать имидж и деловую репутацию организации. | Подходами к корректировке сформированного имиджа и складывающейся репутации. |
| ПК УВ-6\_ИДК2  Базовый | Разрабатывает рекомендации по оптимизации деловой репутации компании, а также корректирует имидж организации. | Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации. | Улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики. | Методами формирования и продвижения имиджа компании, создание положительного образа и репутации. |
| ПК УВ\_6\_ИДК3  Повышенный | Определяет основные направления по работе с имиджем организации, анализирует сложившуюся репутацию компании.  Разрабатывает рекомендации по оптимизации деловой репутации компании, а также корректирует имидж организации. | Методы оценки имиджа и репутации компании.  Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации. | Формировать имидж и деловую репутацию организации.  Улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики. | Подходами к корректировке сформированного имиджа и складывающейся репутации.  Методами формирования и продвижения имиджа компании, создание положительного образа и репутации. |

**Тип задач: организационный**

ПК-УВ7 - Способен к организации и проведению мероприятий по связям с общественностью для формирования коммуникационной политики организации.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| ПК УВ-7\_ИДК1  Пороговый | Разрабатывает и проводит мероприятия по связям с общественностью, направленные на формирование положительного образа компании и продвижение бренда. | Методы и технологии, применяемые при работе с общественным мнением. | Выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий. | Технологиями управления широкой общественностью и проведению специальных мероприятий. |
| ПК УВ-7\_ИДК2  Базовый | Формирует общественное мнение об организации, наиболее благоприятно воспринимающее коммуникационное воздействии компании. | Состав процесса стратегического и оперативного планирования в области формирования общественного мнения. | Проводить анализ результативности коммуникационной политики. | Основными инструментами коммуникационной политики, необходимыми для формирования общественного мнения. |
| ПК УВ-7\_ИДК3  Повышенный | Разрабатывает и проводит мероприятия по связям с общественностью, направленные на формирование положительного образа компании и продвижение бренда.  Формирует общественное мнение об организации, наиболее благоприятно воспринимающее коммуникационное воздействии компании. | Методы и технологии, применяемые при работе с общественным мнением.  Состав процесса стратегического и оперативного планирования в области формирования общественного мнения. | Выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий.  Проводить анализ результативности коммуникационной политики. | Технологиями управления широкой общественностью и проведению специальных мероприятий.  Основными инструментами коммуникационной политики, необходимыми для формирования общественного мнения. |

**Тип задач: организационный**

ПК-УВ 8 - Способен к разработке рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Шифр/ Уровень сформированности | Описание ИДК | Знать | Уметь | Владеть |
| ПК УВ-8\_ИДК1  Пороговый | Определяет основные направления в области управленческих решений в части рыночных возможностей и коммуникационного воздействия на потребителей. | Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации. | Разрабатывать рекомендации по управлению коммуникационной политикой предприятия. | Знаниями в области маркетингового проектирования и разработки коммуникационной программы. |
| ПК УВ-8\_ИДК2  Базовый | Демонстрирует оптимальные решения в области маркетинговых коммуникаций, направленных на формирование спроса и обеспечения конкурентоспособного положения компании на рынке. | Состав процесса стратегического и оперативного планирования. | Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики. | Инструментами рекламы и связей с общественностью. |
| ПК УВ-8\_ИДК3  Повышенный | Определяет основные направления в области управленческих решений в части рыночных возможностей и коммуникационного воздействия на потребителей.  Демонстрирует оптимальные решения в области маркетинговых коммуникаций, направленных на формирование спроса и обеспечения конкурентоспособного положения компании на рынке. | Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации.  Состав процесса стратегического и оперативного планирования. | Разрабатывать рекомендации по управлению коммуникационной политикой предприятия.  Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики. | Знаниями в области маркетингового проектирования и разработки коммуникационной программы.  Инструментами рекламы и связей с общественностью |