**Паспорта компетенций**

**42.04.01. Реклама и связи с общественностью**

**(магистратура)**

**Общекультурные компетенции**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **код** | **Формируемая компетенция** | **Этапы формирования компетенции** | **Содержание этапа формирования компетенции** |
| **Выпускник магистратуры должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):** | | | |
| ОК-1 | Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - основные мыслительные операции, сущность постановки и выбора цели; принципы, методы, технологии мониторинга внешнего окружения;  - принципы, методы, технологии мониторинга внешнего окружения;  - основы научной методологии; основные научные понятия и теории; основы историко-культурного развития человека и человечества; основные закономерности взаимодействия человека и общества;  - современные теории и концепции поведения на различных уровнях организации основные научные понятия и теории; |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - понимать смысл, обобщать, систематизировать, интерпретировать и комментировать получаемую информацию; ставить цели и формулировать финансовые задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;  - давать оценку значимости различных проблем.  - анализировать социально и личностно значимые научные проблемы; ставить цели и формулировать финансовые задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;  - осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - методами и технологиями получения, систематизации, использования и обновления гуманитарных, социальных и экономических знаний из различных источников.  - методом анализа.  - основными общенаучными и логическими методами получения и использования гуманитарных, социальных и экономических знаний.  - различными методами научного анализа и технологиями получения, систематизации полученной информации; и мониторинга внешнего окружения. |
| ОК-2 | Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - понятия организационно-управленческих решений, их систематизации и типологии; общий процесс принятия организационно-управленческих решений;  - принципы и методы принятия организационно-управленческих решений; системный комплекс компетенций субъекта, принимающего организационно-управленческие решения;  - способы принятия организационно-управленческих решений в стандартных и нестандартных ситуациях, какая ответственность наступает при их принятии;  - формы и стимулирующие механизмы ответственности за принятые организационно-управленческие решения в различных, в том числе и в нестандартных, ситуациях;  - правовое обеспечение деятельности в сфере. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - анализировать стандартные и нестандартные ситуации при принятии организационно-управленческих решений и свою ответственность;  - понимать и обосновывать этическую норму;  - действовать в нестандартных ситуациях и нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;  - формировать необходимую информационную базу, мотивацию и нести ответственность за принятые организационно-управленческие решения, в том числе в нестандартных ситуациях;  - использовать законодательные, нормативные и методические документы в процессе принятия организационно-управленческих решений. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - приемами анализа факторов и предпосылок, влияющих на принятие организационно-управленческих решений;  - навыками принятия организационно-управленческих решений; приемами самоорганизации и самомотивации к принятию организационно-управленческих решений;  - основами исторического, социально-политического и экологического мышления для понимания последствий управленческих решений;  - методами обеспечения надежности информации для принятия решений; методами диагностика компетенций субъекта принятия организационно-управленческих решений с использованием различных оценочных средств;  - способностью нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;  - методами анализа нестандартных ситуации при принятии организационно-управленческих решений. |
| ОК-3 | Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - основные закономерности взаимодействия человека и общества; основные закономерности взаимодействия общества и природы;  - содержание процессов целеполагания, коррекции и оценивания собственной деятельности и поведения;  - принципы планирования личного времени, основы прогностического планирования;  - характеристики, механизмы и методы самообучения, саморазвития и самореализации личности;  - понятие и методы самоанализа, принципы нравственной и морально-этической самооценки. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - формулировать цели и устанавливать приоритеты личностного и профессионального развития, с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения, исходя из целей развития в области профессиональной деятельности;  - применять методы и средства познания и самостоятельно овладевать знаниями и навыками их применения для интеллектуального развития, повышения культурного уровня и профессиональной компетентности;  - намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков, давать правильную самооценку; успешно проводить самоанализ; |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - навыками самоорганизации и саморазвития; технологиями организации процесса самообразования; основными способами самовоспитания; приемами и технологиями оценки результатов деятельности; приемами саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний при выполнении профессиональной деятельности;  - способностью к самоанализу и самоконтролю, к самообразованию и самосовершенствованию, к поиску и реализации новых, эффективных форм организации своей деятельности;  - навыками повышения своего мастерства в выполнении профессиональной деятельности и квалификации в соответствии с актуальными тенденциями в области профессиональных знаний;  - навыками самостоятельной, творческой работы, умением организовать свой труд. |
| ОК-4 | Способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности | Начальный этап (знания) | **Знать:**  **-** методы познания, обучения и самоконтроля; методики самостоятельной работы по обучению новым методам исследования;  - принципы научной работы с информацией.  **-** основные научные понятия и проблемы, существующие в своей профессиональной деятельности; основные результаты новейших исследований по проблемам рекламы и PR;  - влияние общественно-политических, экономических, социокультурных и социальных условий на профессиональную деятельность. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  **-** собирать, анализировать, адекватно воспринимать и обобщать научную информацию; самостоятельно анализировать научные проблемы в своей профессиональной деятельности;  - выбирать новые методы исследования, изучать их, определяя их возможное применение в профессиональной деятельности;  **-**  выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы;  - определять возможные направления изменения общественно-политических, экономических, социокультурных и социальных условий с целью повышения эффективности научно-производственной деятельности;  - применять полученные знания при решении теоретических вопросов в профессиональной сфере деятельности. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - владеет стандартными методиками поиска и обработки материалов исследования;  методиками анализа своей научной деятельности; культурой научного мышления;  **-** методологией и методикой проведения научных исследований; методиками осуществления проектной деятельности в профессиональной сфере на основе научного подхода; навыками самостоятельной научной и исследовательской работы.  - навыками использования полученных в ходе исследования результатов. |
| ОК-5 | Способность свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения | Начальный этап (знания) | **Знать**:  - нормы устной и письменной речи на иностранном языке; правила чтения иностранных слов, не менее 4000 лексических единиц, грамматические правила и модели, основные способы иностранного словообразования; особенности интонационного оформления высказываний разного типа;  - правила и принципы оформления научных и официально-деловых текстов в сфере профессиональной деятельности на иностранном языке; правила делового этикета на иностранном языке;  - принципы выделения и использования функциональных стилей, правила подготовки и произнесения публичных речей на иностранном языке, принципы ведения дискуссии и полемики на иностранном языке. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - логически верно, аргументированно, ясно строить устную и письменную речь на иностранном языке и вести полемику;  - самостоятельно читать оригинальную литературу средней степени сложности по специальности и быстро извлекать из нее необходимую информацию;  - дать развернутое сообщение на иностранном языке, запросить информацию, высказать свое мнение на иностранном языке, привести аргументы. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - грамотной письменной и устной речью на иностранном языке; приемами и методами перевода текста по специальности;  - приемами дискуссии по профессиональной и научной тематике на иностранном языке;  - навыками реферирования и аннотирования текстов на иностранном языке. |
| ОК-6 | Способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в  кросс-культурном пространстве и на международном уровне | Начальный этап (знания) | **Знать**:  - понятия «сотрудничество», «работа в команде», «дисциплинированность», «кооперация с коллегами в коллективе»;  - социально-психологические особенности коллективного взаимодействия; методы диагностики внутриколлективной сплоченности и способы ее повышения;  -дефиницию понятий «этнос», «нация», сущность национализма; соотношение национализма, шовинизма, тоталитаризма;  **-** особенности социальных, этнических, конфессиональных, культурных различий, встречающихся среди членов коллектива;  - этические нормы общения с коллегами и партнерами; международные принципы толерантности и нормы корпоративной этики и корректного поведения;  -причины, предпосылки и факторы межэтнических конфликтов; стадии развития межэтнического конфликта и методы их предотвращения. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  **-** использовать инструментальные средства, методы и современные технологии межличностной и межгрупповой коммуникации, владеть международными нормами межличностного и коллективного общения;  - анализировать и координировать деятельность трудового коллектива; устанавливать конструктивные отношения в коллективе, работать в команде на общий результат;  - организовывать внутригрупповое взаимодействие с учетом социально-культурных особенностей, этнических и конфессиональных различий отдельных членов группы;  -распознавать предпосылки и поводы межэтнических конфликтов, проявлений национализма и шовинизма;  - применять способы урегулирования и предотвращения конфликтов**.** |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - навыками толерантного и политкорректного поведения в кросс-культурном пространстве, в том числе на международном уровне;  - методологией конфликторазрешения,способами разрешения противоречий и конфликтных ситуаций;  - технологиями эффективной деловой коммуникации в профессиональной среде; анализа и координации деятельности трудового коллектива. |
| **Выпускник магистратуры должен обладать следующими**  **общепрофессиональными компетенциями (ОПК):** | | | |
| ОПК-1 | Способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - принципы и основы стратегического развития сферы рекламы и PR;  - типологию, принципы и технологии создания рекламного продукта и продукта в сфере PR;  - принципы взаимодействия организации и общества, общества и СМИ;  - основы социальной психологии, психологии межличностных отношений, психологии больших и малых групп:  - законы планирования, управления и оценки в краткосрочной и долгосрочной перспективе. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - использовать законы планирования и управления на уровне применения значительного объёма теоретических знаний в профессиональной сфере, работать в различных сложных условиях, в различных коллективах;  - создавать оптимальные условия для профессиональной деятельности; грамотно строить коммуникацию в повседневных и конфликтных ситуациях;  - осуществлять мониторинг СМИ, социологические и маркетинговые исследования для грамотного прогнозирования деятельности коллектива и организации;  - оценивать качество материалов для создания рекламного и PR-продукта;  - оценивать принимаемые управленческие решения с правовых, морально-этических и нравственных позиций. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - технологиями создания рекламного продукта, PR-продвижения, а также формирования общественного мнения в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;  - навыками организации, планирования и управления работой отдела по СО, отдела рекламы, СМИ в любой социальной сфере в различных условиях и с различными производственными задачами на уровне, достаточном для решения сложных производственно-управленческих задач;  - методиками мониторинга, SWAT-анализа, контент-анализа, а также использования результатов для прогностического и стратегического планирования работы;  - вычленять главные факторы, влияющие на успешность социального взаимодействия в стандартных и нестандартных ситуациях, адекватно оценивать последствия выбранной стратегии. |
| ОПК-2 | Способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - структуру, принципы организации, а также формы и методы работы пресс- службы, пресс- центра, отдела по СО и рекламы;  - принципы выстраивания взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью;  - типологию существующих на рынке современных СМИ, специфику их деятельности принципы взаимодействия организации со СМИ;  - роль и возможности практического использования PR в различных сферах человеческой деятельности: в экономике, политике, культуре, спорте и других сферах;  - типологию, принципы и технологии создания коммуникационных кампаний с разными целями (продвижения бренда и продукта организации, формирования общественного мнения, формирования имиджа и пр.). |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - выстраивать взаимоотношения организации с государственными, общественными, коммерческими организациями, средствами массовой информации;  - обеспечивать полноту и оперативность информации о деятельности представляемой организации;  - создавать оптимальные условия для работы журналистов, управлять созданием материалов для прессы;  - управлять общественным мнением и формировать имидж организации в информационном пространстве;  - осуществлять регулярный мониторинг существующих средств массовой информации, адекватно реагировать на информационные потоки;  - анализировать возможные PR-ситуации, моделируя ту или иную коммуникационную кампанию с ее эффективными средствами и методами. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - навыками организации работы пресс-службы, пресс- центра, отдела  по СО и рекламы с целью формирования информационного пространства и паблицитного капитала организации;  - творческими технологиями для поиска идеи и планирования эффективной коммуникационной кампании; методиками планирования, проведения и оценки коммуникационной кампании или мероприятия;  - основными технологиями создания и внедрения образа объекта (идеи, товара,  услуги, персоналии, организации, бренда) в ценностный ряд социальной группы с целью закрепления этого образа как идеального и необходимого в жизни;  **-** технологиями формирования общественного мнения о товаре, человеке, компании, событии;  - методиками мониторинга СМИ, проведения SWAT- анализа, контент-анализа для оценки эффективности коммуникационной кампании;  - умением представлять результаты собственных исследований в виде аналитических докладов, речей и мультимедиапрезентаций. |
| ОПК-3 | Владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках | Начальный этап (знания) | **Знать:**  -основные правила грамматики и нормы стилистики русского и иностранного языков;  - знать базовую лексику общего языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную терминологию своей широкой и узкой специальности на русском и иностранном языке;  - принципы использования различных функциональных стилей и жанров для создания текста в зависимости от целеполагания;  - основные правила и приемы копирайтинга;  - основные приемы литературного редактирования текста;  - правила подготовки текста к профессиональному использованию. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - создавать различные виды профессиональных текстов и работать с ними;  - использовать возможности функциональных стилей в процессе составления и редактирования документов в сфере профессиональной деятельности;  - редактировать тексты в соответствии с законами копирайтинга.  - активно владеть наиболее употребительной (базовой) грамматикой и синтаксическими конструкциями, характерными для профессиональной речи; понимать устную (монологическую и диалогическую) речь на иностранном языке на профессиональные и специальные темы;  - знать базовую лексику общего языка, лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную терминологию своей широкой и узкой специальности на русском и иностранном языках. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - свободно грамотной литературной устной и письменной речью на русском языке;  - навыками литературного редактирования и копирайтинга;  - навыками создания профессиональных и официально-деловых текстов в сфере рекламы и PR на русском и иностранном языках;  **-** деловой коммуникацией в профессиональной сфере на русском и иностранном языках. |
| ОПК-4 | Способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - языковые средства (лексические, грамматические, фонетические), на основе которых совершенствуются базовые умения говорения, аудирования, чтения и письма (не менее 2500 лексических единиц, из них не менее 1200 активно); знание грамматической и синтаксической структуры языка;  - требования к речевому и языковому оформлению устных и письменных текстов с учетом специфики иноязычной культуры;  - знания, необходимые для использования языка в социальном контексте (речевой этикет, формулы вежливости, обращения, регистры общения);  - знать лексику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную терминологию своей широкой и узкой специальности. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - понимать устную (монологическую и диалогическую) речь на бытовые и профессиональные темы;  - понимать в подробностях нормативную речь в устной и письменной формах в рамках знакомой профессиональной тематики;  - принимать активное участие в обсуждениях или переписке на профессиональную тему, самостоятельно понимая собеседника, иногда уточняя отдельные детали. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - активно владеть наиболее употребительной (базовой) грамматикой и основными грамматическими явлениями, характерными для профессиональной речи;  - способностью передавать профессиональную информацию в устной и письменной формах как по конкретной, так и по абстрактной тематике, ясно и четко выражая мысль, успешно приспосабливаясь к адресату сообщения;  - стратегиями обмена информацией на темы из области профессиональных интересов в устной и письменной формах. |
| ОПК-5 | Владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - теоретические основы и психологические особенности делового общения, в том числе на иностранных языках;  - деловую и речевую культуру России и зарубежных стран;  - основы этики, психологии, теории межличностных отношений;  - нравственные нормы, существующие в обществе;  - этические принципы профессиональной деятельности;  - нормы профессионального этикета. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - использовать в практической деятельности знания в области этики межличностных отношений;  - применять принципы эмоциональной саморегуляции;  - вести деловое общение в интернациональной среде. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - навыками решения профессиональных задач с учётом этических аспектов в процессе общения, в том числе на иностранных языках;  - этикой межличностных отношений и эмоциональной саморегуляции;  - способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран в деловом общении. |
| ОПК-6 | Владение методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - специфику различных (этнических и национальных) культур;  - основные проблемы взаимодействия в многоэтничных и интернациональных группах;  - особенности деловой культуры зарубежных стран. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - адаптироваться к условиям работы в составе многоэтничных и интернациональных групп;  - соблюдать этику межличностных отношений и работы в коллективе, деловой и речевой этикет. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - навыками работы в многоэтничных и интернациональных группах;  - деловой культурой зарубежных стран. |
| ОПК-7 | Способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности |  | **Знать:**  - теоретические основы информатики и информационных технологий;  - методы и способы поиска, получения, хранения, переработки информации;  - современные компьютерные технологии и программное обеспечение, применяемые при сборе, хранении, обработке, анализе информации;  - основные прикладные программы, устанавливаемые на ПК;  - структуру локальных и глобальных компьютерных сетей; принципы функционирования современных глобальных компьютерных сетей;  - основы электронного документооборота; технологии и нормативные основы работы с электронными документами;  - принципы информационной безопасности, основные угрозы информационной безопасности, методы защиты информации при работе с ПК; методы и критерии оценки эффективности мероприятий по защите информации. |
|  | **Уметь:**  - работать с графической оболочкой ОС Windows; создавать и редактировать документы различного уровня сложности в редакторе MS Word; создавать электронные таблицы Microsoft Excel; создавать презентации в среде Microsoft Power Point; создавать базы данных с помощью СУБД MS Access;  - выбирать и применять адекватные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности;  - осуществлять поиск информации профессионального характера по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных задач;  - преобразовывать данные из одного формата в другой и создавать комплексные документы с использованием различных приложений;  - внедрять современные интернет-технологии в профессиональную деятельность;  - планировать мероприятия по защите информации, исходя из известных угроз и финансовых возможностей предприятия, рассчитывать эффективность мероприятий по защите информации;  - самостоятельно приобретать с новые знания с использованием современных образовательных информационных технологий. |
|  | **Владеть:**  - навыками практического использования современных информационно-коммуникационных технологий; способностью работать в глобальных компьютерных сетях;  - профессиональными навыками в применении программных средств составления, хранения, маршрутизации электронных документов в среде системы управления документооборотом;  - навыками работы в сети Интернет, борьбы с компьютерными вирусами;  - навыками постановки дизайнерской задачи и ее практического решения при различных условиях, творческих и технических требованиях;  - навыками создания и продвижения web-сайтов, осуществления профессиональной деятельности с использованием блогов и социальных сетей. |
| ОПК-8 | Готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении |  | **Знать:**  - форму правления, государственного устройства и политического режима в РФ и в зарубежных странах;  - основные понятия и категории конституционного права; основы конституционного строя России и зарубежных стран, модели важнейших институтов конституционного права, современные тенденции развития конституционного процесса России и зарубежных стран;  - особенности формы, структуры и содержания законодательства РФ;  - предмет, методы регулирования, механизм реализации законодательства в профессиональной сфере (реклама, связи с общественностью, СМИ) России;  - особенности законодательства в профессиональной сфере в зарубежных странах;  - основы правового положения граждан в РФ и в зарубежных странах; |
|  | **Уметь:**  - оперировать юридическими понятиями и категориями;  - уметь определять правовое содержание конституционных прав и свобод человека и гражданина, практически применять правовые механизмы охраны и защиты таких прав и свобод;  - самостоятельно ориентироваться в конституционном законодательстве России и зарубежных стран;  - осуществлять комплексный сравнительно-правовой анализ нормативных правовых актов России и зарубежных стран;  - анализировать юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения в профессиональной сфере;  - юридически грамотно квалифицировать факты и обстоятельства профессиональной деятельности. |
|  | **Владеть:**  - юридической терминологией;  - навыками анализа различных правовых явлений, юридических фактов, правовых норм и правовых отношений в профессиональной сфере;  - способностью реализовывать на практике свои законные права, в том числе права личности при уважении к правам других. |
| ОПК-9 | Способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности |  | **Знать:**  *-*ценностные основы профессиональной деятельности; правовые нормы реализации профессиональной деятельности; сущности и структуры профессиональной сферы;  - основы профессиональной этики и общественной морали. |
|  | **Уметь:**  - оценивать принимаемые управленческие решения с правовых и нравственных позиций;  - осуществлять самоанализ своей профессиональной деятельности, добиваться поставленных целей;  - определять и развивать мотивацию и самомотивацию к профессиональному росту. |
|  | **Владеть:**  - навыками профессиональной рефлексии, профессионального самосовершенствования;  -навыками оценки собственных решений с морально-этической и правовой точки зрения. |
| **Выпускник магистратуры с присвоением квалификации «магистр» должен обладать**  **профессиональными компетенциями (ПК)** | | | |
| **Организационно-управленческая деятельность:** | | | |
| ПК-1 | Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - роль и возможности практического использования PR в различных сферах человеческой деятельности: в экономике, политике, культуре и спорте и др.;  - принципы, технологии и правила, проектирования и создания рекламы и работы в сфере связей с общественностью (в том числе композицию рекламного или PR-продукта, выразительные и художественные средства рекламы, приемы и принципы составления рекламного текста; технические и программные средства для компьютерной обработки рекламы);  - основы формирования имиджа организации, персоны, сферы; основные технологии продвижения товаров и услуг на рынок;  - основы, принципы и формы организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;  - основы медиапланирования, а также стратегического и оперативного планирования рекламной работы и деятельности по связям с общественностью;  - психологический механизм воздействия рекламы и экономические показатели рекламной кампании; методики оценки эффективности рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - проводить исследование предпочтений целевых групп потребителей, анализировать результаты исследований;  - осуществлять поиск различных решений при создании и продвижении рекламного продукта/бренда/имиджа организации или персоны; - анализировать возможные PR-ситуации, моделируя ту или иную PR-кампанию с ее эффективными средствами и методами;  - составлять планы и графики рекламных, информационных, пропагандистских кампаний и мероприятий, разрабатывать техническое исполнение;  - работать в кризисных ситуациях, адаптироваться в условиях стресса, обладая для этого определенными профессиональными PR-навыками (изучив возможные модели кризисных PR);  - оценивать результаты и эффективность PR-деятельности. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - творческими технологиями для поиска идеи и планирования эффективной PR-кампании;  - навыками сбора, анализа и интерпретации информации для принятия стратегических решений, работы в кризисных PR, а также планирования и проведения PR-кампании;  - навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;  - навыком разработки средств продвижения рекламного продукта или организации; навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности и общественностью;  - навыком разработки маркетинговой части бизнес-плана;  - навыком выявления требований целевых групп потребителей, а также методиками оценки эффективности рекламной кампании и мероприятий в сфере СО. |
| ПК-2 | Способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - закономерности функционирования отдела по связям с общественностью на предприятиях, принципы организации и планирования деятельности структуры по рекламе и связям с общественностью; основы тайм-менеджмента;  - культурологические, социальные и психологические аспекты кросс-культурных коммуникаций; основы планирования и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом национальной и культурной специфики;  - этапы планирования коммуникационных кампаний с учетом специфики источника коммуникации (рекламодателя) и специализацией коммуникационной кампании (РА, рекламной службой предприятия);  - методы осуществления коммуникационных кампаний с учетом использования разных средств рекламы и СО; особенности развития и перераспределения коммуникационных потоков в различных сферах; алгоритмы практического применения методов, технологий и инструментов анализа, планирования и реализации кампаний по рекламе и СО;  - инструменты и технологии СО и рекламы в планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий в различных сферах общественной жизни;  - способы расчета сроков проведения кампании и мероприятий, графика выхода материалов (медиапланирование). |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - разрабатывать концепции коммуникационных программ в соответствии со спецификой различных сфер общественной жизни;  - составлять план и организовывать коммуникационные кампании и мероприятия с учетом национальной и культурной специфики;  - формировать и прорабатывать этапы плана коммуникационных кампаний;  - осуществлять рациональный выбор технологий СО и рекламы применительно к различным сферам общественной жизни и отраслям производства при планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий;  - применять организационные и руководящие навыки в процессе осуществления коммуникационной кампании различных направлений;  - руководить процессом медиапланирования. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - навыками формирования плана коммуникационной кампании с учетом бюджета, пожеланий заказчика, специфики целевой аудитории, технологий производства рекламных и СО- материалов;  - навыками организации и проведения коммуникационных кампаний в различных отраслях с учетом культурных, социальных и психологических особенностей регионов, в которых они реализуются;  - навыками межличностного общения в профессиональной среде, составления деловой документации исходя из специфики организуемой коммуникационной кампании и мероприятия. |
| ПК-3 | Способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - теоретико-методологические основы построения эффективного взаимодействия субъектов социальной среды;  - теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков; назначение, характер, содержание, технологические приемы и особенности отечественного бизнес-планирования;  - алгоритмы практического применения методов, технологий и инструментов анализа, планирования и реализации кампаний по рекламе и СО;  - специфику и проблематику креатива в рекламе и СО; основы организации и управления процессом коллективного и индивидуального поиска идеи; современные методы генерирования идеи рекламы и СО и средства креативного поиска идеи;  - типы проектной документации, их жанровые, композиционные и стилистические особенности; основные требования составления проектной документации;  - методы оценки эффективности кампаний по рекламе и СО; специфику проведения коммуникационных кампаний. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - вычленять социальные факторы коммуникации; осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями и службами;  - анализировать рыночные изменения, события, делать выводы и разрабатывать стратегические планы; прогнозировать бизнес-процессы в сфере профессиональной деятельности;  - выбирать и применять методы генерирования идеи и средства креативного поиска для управления коллективным и личностным творческим процессом;  - самостоятельно ставить задачи поиска идеи и разработки концепции коммуникационной кампании;  - ориентироваться в современной документации и выстраивать план проектной документации.  - оценивать эффективность коммуникационных кампаний и мероприятий и вносить корректировки в процессе их реализации. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - навыками формирования эффективных внутренних коммуникаций, тактиками личностной и коллективной коммуникации; способностью к выработке нестандартных решений;  - навыками использования методов генерации идеи и средств креативного поиска в процессе коллективного и личностного творческого процесса; опытом формирования стратегий и творческой проработки коммуникационных кампаний и мероприятий;  - навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) на основе маркетинговых исследований и оценки внутренних ресурсов организации для эффективного управления бизнес-проектами;  - правовыми и этическими нормами при составлении проектной документации;  - навыками оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий. |
| ПК-4 | Способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - принципы создания эффективной команды и подбора специалистов; средства активизации и оптимизации деятельности персонала рекламной и PR-службы;  **-** основы репутационного менеджмента; стили руководства коллективной деятельностью; принципы, специфику и проблематику управления творческим процессом;  - теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков; принципы стратегического и тактического планирования деятельности рекламной и PR-службы организации;  - средства контроля, обеспечения качества и повышения эффективности коллективной деятельности в рамках проекта; принципы и критерии оценки эффективности работы рекламной и PR-службы организации. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - идентифицировать и формулировать проблемы функционирования организации; синтезировать и критически резюмировать информацию для принятия управленческих решений, в том числе в оперативном режиме в ситуациях риска;  - организационно и информационно поддерживать функционирование систем управления; управлять творческим коллективом; планировать и активизировать деятельность персонала рекламной и PR-службы;  - выбирать оптимальные формы организации бизнеса, находить источники повышения конкурентоспособности; осуществлять руководство коммуникационными кампания различного направления;  - оценивать результаты и эффективность работы персонала рекламной и PR-службы. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; навыками ведения проектов, управления действиями членов проекта  - методиками анализа информации в целях экономического обоснования управленческих решений; навыками экспертной оценки и стратегического планирования; аналитическими методиками в целях оптимизации работы персонала;  - навыками активизировать, оптимизировать и катализировать деятельность коллектива в рамках проекта с целью повышения эффективности его работы. |
| ПК-5 | Способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - основы социальной психологии, психологии межличностных отношений, психологии больших и малых групп;  - основные проблемы взаимодействия в многоэтничных и интернациональных группах;  - виды и субъективные причины конфликтов; стили управления конфликтом; методы предупреждения и профилактики конфликтов; подходы к выработке нестандартных решений;  - принципы управления персоналом организации; основы репутационного менеджмента; принципы оценки эффективности работы коллектива коммуникационного агентства. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - управлять процессами, малыми группами, формировать корпоративную культуру в коллективе;  - формировать социальную ответственность в коллективе; оперативно принимать организационно-управленческие решения, в том числе в кризисных ситуациях;  - соблюдать этику межличностных отношений и работы в коллективе, деловой и речевой этикет;  - распознавать конфликтные ситуации в коллективе; работать с персоналом в целях предупреждения конфликтов; разрешать проблемы, приводящие к конфликтам;  - грамотно строить коммуникацию в конфликтных ситуациях; устранять конфликты, не являющиеся по природе разрушительными; вырабатывать нестандартные решения в области трудовых конфликтов;  - оценивать производительность и качество работы персонала и предпринимать корректирующие меры. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - навыками ведения проектов; умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей;  - навыком вычленять главные факторы, влияющие на успешность социального взаимодействия в нестандартных ситуациях, адекватно оценивать последствия выбранной стратегии;  - навыками работы в многоэтничных и интернациональных группах; навыками своевременного распознавания и устранения конфликтных ситуаций;  - методами и приемами осуществления профилактики трудовых, межэтнических, межконфессиональных и пр. конфликтов; различными методами предупреждения и разрешения конфликтов внутри коллектива;  - способами выработки нестандартных решений; приемами воспитания толерантности в коллективе. |
| ПК-6 | Способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - принципы формирования рекламной и PR-службы и их отдельных подразделений; технологии управления рекламной и PR-службы, принципы стратегического и тактического планирования;  - понятие, функции, способы функционирования и типы корпоративной культуры; технологии формирования корпоративной культуры; принципы создания, цели и задачи корпоративных СМИ;  - методологические, юридические и этические основы принятия организационно-управленческих решений;  -основные подходы, принципы и методы принятия организационно-управленческих решений в условиях различного рода неопределенности и риска, в том числе для кризисных ситуаций, меру ответственности при их принятии. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - самостоятельно проводить анализ конкурентной среды рекламной и PR-службы; применять конкретные юридические, этические и управленческие знания и умения в конкретной ситуации;  - создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации; формировать и поддерживать корпоративную культуру; исследовать сложившуюся корпоративную культуру и разрабатывать способы ее преобразования;  - аргументировать свою позицию в ходе деловых переговоров, устанавливать деловые отношения, проводить деловые переговоры, осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями и службами;  - своевременно и быстро принимать управленческие решения в состоянии стресса и ограниченного времени, нести ответственность за управленческие решения в процессе работы;  - переоценивать накопленный опыт и принимать нестандартные решения. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; навыком эффективной презентации своего проекта и разрабатываемого под его руководством проекта;  - навыками экспертной оценки и стратегического планирования; навыками организации эффективной внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; навыками использования инструментария при выборе технологии социального воздействия с учетом конкретных условий ее осуществления;  - проводить анализ проблемы выбора наилучшего решения и применять соответствующие методы анализа, синтеза и выбора наилучших альтернатив.  - навыками формулирования управленческой задачи, различными методами выработки управленческих решений при работе в коммуникационном агентстве; способами осуществления принятых в рекламной и PR-службе управленческих решений;  - методами исследования системы внешних и внутренних коммуникаций; способами диагностики типа корпоративной культуры; методами формирования и подержания корпоративной культуры. |
| ПК-7 | Способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - основы консалтинга, прогнозирования, теорию и виды рисков, методы их прогнозирования и обнаружения;  - задачи и методы управленческого консультирования в рекламе и связях с общественностью; методы оценки результативности консультирования, направленного на помощь и организацию формирования политики риск-менеджмента в рекламе и связях с общественностью;  - экономические, юридические и этические особенности организационно-управленческих решений, в том числе для кризисных ситуаций, меру ответственности при их принятии. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - анализировать коммуникационные аспекты и процессы деятельности организации в выбранной сфере; анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий;  - грамотно описывать ситуации стратегического или тактического развития бренда в условиях конкурентной борьбы и неопределенности.  - использовать законодательные, нормативные и методические документы в процессе принятия организационно-управленческих решений;  - консультировать по вопросам прогнозирования и предотвращения рисков и оказывать помощь в разработке эффективных стратегий и политики риск- менеджмента в управлении коммуникационным агентством. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - методами анализа кризисных ситуаций и нестандартных решений;  - навыками решения проблем в кризисных ситуациях в процессе управления коммуникационным агентством и осуществления коммуникационного проекта;  - опытом выявления рисков разной степени сложности в различных рыночных ситуациях;  - навыками организационно-управленческой работы в коммуникационном процессе, в том числе в кризисных ситуациях; |
| ПК-8 | Способность оценивать затраты и результаты деятельности | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - основные характеристики и специфические отличия методов сбора информации; принципы отбора и упорядочения собранных материалов путем их систематизации;  - теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков;  - теоретические основы оценки затрат и результатов работы фирмы;  - основные методы оценки затрат и результативности осуществления коммуникационной кампании с точки зрения ее вклада в эффективность деятельности организации. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - задавать параметры наблюдения, опроса и анкетирования; четко определять проблему, формировать цели и задачи маркетингового эксперимента, его объект и предмет;  - планировать финансовые потоки, рассчитывать затраты и составлять смету расходов на осуществление коммуникационной кампании и мероприятий;  - оценивать эффективность реализации коммуникационной кампании и мероприятий;  - находить новые источники повышения конкурентоспособности и пути решения проблемы ресурсного потенциала предприятия;  - применять полученные знания в стандартных ситуациях. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - средствами, формами и технологиями аналитического исследования и статистической обработки данных; навыками оценки информации и подготовки принятия решений по законам диалектики, формальной логики, с применением общенаучных методов исследования;  - навыками составления бюджета коммуникационной кампании и соотнесения его с финансовыми возможностями организации;  - методами оценки затрат и эффективности коммуникационных программ и мероприятий. |
| ПК-9 | Способность к выработке нестандартных решений | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - особенности и виды нестандартных ситуаций;  - основные теоретические подходы и практические приемы по выработке нестандартных решений;  - требования к представлению идеи, критерии оценки и выбора идеи рекламы; - визуальные и вербальные аспекты составления и оформления рекламных и СО-продуктов в соответствии с требованиями заказчиков и целевой аудитории;  - междисциплинарные методы поиска инновационных решений. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - модифицировать традиционные и разрабатывать новые методы и средства генерации рекламных идей в целях выработки нестандартных решений, развивать собственные креативные способности;  - самостоятельно оценивать результаты творческого процесса по выработке новых идей; делать эскизы, вырабатывать концепцию и проектировать рекламный и СО-продукт;  - выявлять перспективные направления в развитии рекламных и СО коммуникаций; понимать вопросы и проблемы развития инноваций и инновационной деятельности;  - вырабатывать нестандартные решения в области трудовых конфликтов; находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - опытом выработки рекламных идей и нестандартных решений; навыками эскизирования и выработки общей концептуальной основы коммуникационных посланий рекламы и СО.  - навыками применения теории инноваций к разработке и реализации инновационных программ и проектов в области рекламы и СО;  - приемами стимулирования креативно- инновационной деятельности. |
| ПК-10 | Способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - основные понятия экономики, менеджмента и маркетинга;  - основные результаты новейших исследований по проблемам экономики, менеджмента и маркетинга;  - основные модели поведения экономических агентов и рынков; подходы, применяемые при решении экономических задач;  - методы построения экономических моделей; методы расчета и анализа основных экономических показателей проектов и сетей; |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - анализировать экономические явления и процессы, выявлять проблемы экономического характера;  - разрабатывать и оценивать планы, проекты с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и иных ограничений;  - применять инновационный подход при разработке;  - применять методы анализа и моделирования при решении экономических задач и оценки эффективности проектов;  - анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - методологией экономического исследования;  - современными методами организации малого коллектива для реализации экономических проектов;  - современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей экономического проекта. |
| ПК-11 | Способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - основы, принципы и методики анализа и прогнозирования в профессиональной сфере;  - основы теории инноваций и инновационной деятельности; инновационные подходы, методы и технологии, используемые в рекламе и СО в настоящее время; основы планирования и проектирования инновационной деятельности в сфере рекламы и СО;  - методы разработки стратегических концепций и бизнес-планов, программ инновационной деятельности, заданий на их разработку; программные средства планирования и управления проектами, возможности прикладных программ для создания проектов;  - жанровые и стилистические особенности проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, бриф на креатив, соглашение, договор, контракт, аналитических справок, обзоров и прогнозов); правила составления проектной документации;  - принципы подготовки проектной документации на основе маркетинговых исследований и оценки внутренних ресурсов организации для эффективного управления бизнес-проектами;  - принципы, средства и методы информационного сопровождения проектов; |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - проводить ситуационный анализ рынка инноваций в сфере коммуникации, рекламы и PR, продукта рекламной деятельности и работы в сфере СО, маркетинговых тенденций профессионального сегмента рынка; прогнозировать последствия процессов и явлений в профессиональной сфере;  - писать аналитические справки, обзоры и прогнозы на профессиональные темы.  - разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов;  - разрабатывать технико-экономические обоснования инновационных проектов, программы инновационной деятельности; выбирать необходимые методы сопровождения; оценивать их качество и эффективность. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - навыками составления аналитической и прогностической документации в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;  - навыками применения теоретических положений теории инноваций к разработке и реализации инновационных программ и проектов в области рекламы и СО;  - навыками планирования и разработки исследовательских и проектных работ, стратегических концепций и бизнес-планов, программ инновационной деятельности;  - навыками оценки затрат проектной деятельности, разработки технико-экономического обоснования инновационных проектов, оценки эффективности проектной деятельности;  - процедурой информационного сопровождения инновационных программ и проектов. |
| **Коммуникационная деятельность:** | | | |
| ПК-12 | Способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - принципы использования интегрированных коммуникаций в местных, региональных и глобальных процессах;  - технологии разработки стратегий и интеграции рекламных, маркетинговых и PR-коммуникаций для формирования капитала организации, бренда в конкурентной среде;  - основные алгоритмы практического применения методов, технологий и инструментов анализа, планирования и реализации коммуникационных кампаний;  - основы медиапланирования. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - грамотно описывать ситуации стратегического или тактического развития бренда, выделять специфику бренда и его основных составляющих;  - проектировать элементы бренда с учетом особенностей работы с брендами разного уровня;  - составлять медиаплан с учетом стратегических целей коммуникационной кампании;  - разрабатывать концепции коммуникационных программ, осуществлять руководство коммуникационными кампаниями, руководить процессом. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - навыками анализа, планирования и прогнозирования товарного ассортимента предприятия с использованием стратегии брендинга;  - навыками подготовки и реализации коммуникационные кампании, включая медиапланирование. |
| ПК-13 | Способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - принципы формирования рекламной и PR-службы, принципы создания эффективной команды; методы и способы корректировки и видоизменения существующих организационных и коммуникационных структур;  - теоретические основы, перспективные теории и технологию бизнес-планирования, функции, виды и элементы бизнес- планов;  - принципы репутационного менеджмента; основы построения организационной структуры фирмы (организации) с учетом необходимости включения в нее как обязательного звена рекламной и PR-службы;  - специфику управления инновационными проектами; средства планирования и управления проектами, возможности прикладных программ для создания проектов; методы осуществления руководства и контроля проектной деятельности;  - принципы работы со СМИ, принципы создания и функцмионирования корпоративных СМИ. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - ориентироваться в схемах и способах построения внешних и внутренних связей организации; создавать рациональную структуру построения рекламной и PR-службы фирмы (организации), отвечающую характеру современных требований, либо руководить созданием такой структуры, а также всей коммуникационной инфраструктурой организации;  - применять инструменты практического взаимодействия рекламной и PR-службы организации с заказчиком и СМИ;  - разрабатывать бизнес-стратегию, концепцию и финансовый план коммуникационной структуры организации или отдельных проектов; прорабатывать основные разделы бизнес-планов, составлять задания на их разработку;  - разрабатывать программы инновационной деятельности; использовать информационные технологии для планирования и управления проектными работами; руководить и обеспечивать эффективность проектной деятельности. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - способами и методами руководства созданием рациональной коммуникационной структуры организации с учетом необходимости наличия в ней рекламной и PR-службы с функциями налаживания коммуникаций с заказчиками, целевой аудиторией и партерами по бизнесу;  - навыками аналитической работы с финансовой документацией предприятия; методами разработки и оценки бизнес- планов различного профиля;  - навыками экспертной оценки эффективности коммуникационной структуры рекламного агентства либо службы рекламы и СО;  - методами планирования, руководства и контроля деятельности проектных команд; навыками планирования проектных работ, коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и СО;  - навыками руководства и управления деятельностью проектных команд; методами разработки и оценки бизнес-планов различного профиля. |
| **Проектная деятельность:** | | | |
| ПК-14 | Способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - принципы, методы, технологии анализа производственно-хозяйственной и финансовой деятельности организации; порядок финансирования капитальных вложений и привлечения инвесторов;  - основы стратегического планирования; принципы, методы и технологии создания бизнес-планов;  - технологические приемы и особенности отечественного бизнес-планирования; - типы проектной документации, их жанровые, композиционные и стилистические особенности; основные требования составления проектной документации;  - правила формирования и своевременного представления полной и достоверной финансовой информации о деятельности организации, ее имущественном положении, доходах и расходах. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - анализировать рыночные изменения, события, делать выводы и разрабатывать стратегические планы;  - проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами; производить расчеты на основании типовых методик и существующей нормативно-правовой базы;  - анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы;  - строить на основе описания ситуаций стандартные теоретические и эконометрические модели; анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;  - ориентироваться в современной документации и выстраивать план проектной документации. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; методикой построения организационно-управленческих моделей; информационными технологиями для прогнозирования и управления бизнес-процессами;  - навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) на основе маркетинговых исследований и оценки внутренних ресурсов организации для эффективного управления бизнес-проектами;  - правовыми и этическими нормами при составлении проектной документации. |
| ПК-15 | Способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - теоретические основы технологии производства рекламного и PR-продукта;  - технологии, требования и международные стандарты в области организации и планирования исследовательских и проектных работ в сфере профессиональной деятельности;  - понятие экспертизы, предмет, объекты и сущность экспертного анализа; методы технологии и проблемы оценки качества рекламных проектов; виды и этапы экспертизы рекламной деятельности; роль рекламы в комплексной бизнес- и маркетинговой стратегии;  - методы оценки эффективности рекламы и PR с помощью интерактивных технологий; технологии организации «обратной связи»;  - способы обеспечения качества и повышения эффективности проектной деятельности. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - применять теоретические знания основ экспертного анализа для решения конкретных практических задач;  - определить затраты на проведение рекламной и PR-кампании, составить медиаплан, оценить качество работ и эффективность мероприятий;  - организовать экспертизу рекламной продукции для различных целей, в том числе разработки комплексной маркетинговой стратегии;  - использовать интерактивные технологии для контроля и оценки эффективности рекламных и PR-проектов. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - навыками прогнозирования ключевых результатов, технологиями организации работы проектных команд, разработки плана и реализации проекта;  - средствами, формами и технологиями аналитического исследования и статистической обработки данных;  - навыками сбора и анализа материала для руководства и управления проектной деятельностью и коллективом, обеспечения эффективности проектной деятельности; навыками подготовки экспертных заключений и отчетов;  - навыками контроля и оценки качества проектов с учетом возможностей использования интерактивных технологий; средствами повышения эффективности экспертного анализа рекламной продукции. |
| ПК-16 | Способность использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - сущность базовых экономических категорий; взаимосвязи отдельных составляющих хозяйственной системы; состояние и тенденции развития как экономики страны, так и отдельных ее секторов, сфер, отраслей и регионов;  - методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;  - способы обеспечения качества и повышения эффективности проектирования; способы оценки затрат и результатов деятельности организации;  - подходы к определению и проведению экспертизы рекламы; роль рекламы в комплексной бизнес- и маркетинговой стратегии; критерии экономической эффективности рекламной и PR-продукции;  - методы технико-экономические обоснования инновационных проектов. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде  - производить расчеты динамики микро- и макроэкономических показателей и на этой основе делать анализ текущего состояния и перспектив социально- экономического развития;  - по результатам проведенного анализа оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на финансовые результаты и финансовое положение корпорации; разрабатывать технико-экономические обоснования инновационных проектов;  - проводить оценку качества и экспертизу рекламной продукции с использованием элементов экономического анализа; выявлять достоинства и недостатки на основе результатов исследований, составлять рекомендации по корректировке рекламной стратегии, экспертные отчеты и заключения в соответствии с существующими требованиями;  - представлять статистическую информацию в виде таблиц и графиков. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;  - навыками экономического и стратегического анализа для принятия управленческих решений; методикой построения организационно-управленческих моделей;  - навыками выявления проблем экономического характера при анализе конкретных ситуаций, поиска способов их решения и оценки ожидаемых результатов;  - навыками разработки технико-экономического обоснования инновационных проектов;  - методами расчета бюджета, методами и инструментами оценки затрат и оценки эффективности рекламы и PR. |
| **Информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая деятельность:** | | | |
| **ПК-17** | Способность руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований | Начальный этап (знания) | **знать:**  - методологии конкретного социологического исследования;  - международный опыт и российскую практику организации маркетинговой деятельности;  - основные компоненты маркетинга, этапы и формы организации маркетинговой деятельности; стратегическое планирование маркетинга, его содержание и основные этапы; формы контроля маркетинговой деятельности;  - основные методы проведения маркетинговых исследований; основные признаки сегментации рынка и стратегии целевых сегментов рынка; этапы формирования цен на товары и услуги в условиях рынка;  - понятие маркетинговой коммуникации и систему маркетинговых коммуникаций;  - основные способы обработки и анализа полученных данных. |
| Продвинутый этап (умения) | **уметь:**  - сочетать фундаментальные социологические знания с данными эмпирических исследований;  - анализировать и интерпретировать социальную информацию, опираясь на модели, принципы и методы общей социологии;  - применять основные методы исследования рынка, разрабатывать маркетинговые стратегии организации в сфере профессиональной деятельности;  - четко определять проблему, формировать цели и задачи маркетингового эксперимента, его объект и предмет;  - получать и анализировать маркетинговую и/или рекламную информацию и осуществлять презентацию отчетов участникам проектной группы. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - средствами, формами и технологиями аналитического исследования и статистической обработки данных;  - практическими навыками организации маркетинговой деятельности на предприятии;  - владеть навыками обоснования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики на предприятии. |
| **ПК-18** | Способность разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - теоретические особенности и технологии проектирования и прогнозирования деятельности в области рекламы и связей с общественностью;  - принципы организации проектных команд, принципы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, бриф на креатив, соглашение, договор, контракт) на основе маркетинговых исследований и оценки внутренних ресурсов организации для эффективного управления бизнес-проектами;  - междисциплинарные методы поиска инновационных решений; основы планирования и разработки рекламного и PR-проекта; основные принципы взаимодействия организатора проекта и группы;  - принципы, средства и методы информационного сопровождения проектов. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - анализировать и исследовать ситуацию, определять целевую аудиторию, определять цели, задачи, необходимые ресурсы, технологии деятельности при реализации проектов в области рекламы и связей с общественностью;  - осуществлять подбор участников деловой команды в соответствии с функциональными ролями и психологическими особенностями;  - разрабатывать стратегический и тактический план рекламного и PR-проекта и определять его бюджет; оценивать результаты проекта. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - средствами, формами и технологиями аналитического исследования и статистической обработки данных;  - навыками прогнозирования ключевых результатов разработки плана и реализации проекта;  - средствами, формами и технологиями аналитического исследования и статистической обработки данных. |
| **ПК-19** | Способность осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - междисциплинарные методы поиска инновационных решений; основы планирования инновационной деятельности в сфере рекламы и PR; инновационные подходы, методы и технологии, используемые в рекламе и PR в настоящее время;  - основы консалтинга; историю российского рынка консультационных услуг в сфере рекламы и СО; задачи и методы управленческого консультирования в рекламе и СО; возможности и ограничения консалтинга как вида профессиональной деятельности; методы оценки результативности консультирования  - российскую и мировую ситуацию в сфере авторского права; нормативно-правовые акты, законы, регулирующие и регламентирующие деятельность специалистов по рекламе и PR; законодательство, регулирующее вопросы интеллектуальной собственности; договоры, применяемые в сфере авторского права и защиты интеллектуальной собственности. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - использовать полученные знания для осуществления консультационной деятельности; устанавливать необходимые консультант-клиентские отношения; - самостоятельно находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, направлять их на решение стратегических и оперативных задач;  - анализировать основные правовые положения организации; управлять деятельностью, регламентируемой авторским и смежными правами, патентным правом и т.д.; применять на практике знание законодательства; составлять договоры и добиваться их эффективности. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - навыками участия в реальной консультативной деятельности; способностью к коммуникационному консалтингу;  - средствами повышения производительности при решении правовых вопросов (справочно-правовыми системами); механизмами эффективного решения вопросов, связанных с нарушением интеллектуальной собственности в рекламе и СО на досудебном этапе; навыками работы с информацией о судебных прецедентах в сфере рекламы и СО;  - приемами создания коммуникационных кампаний в рамках действующего законодательства. |
| **Научно-исследовательская и педагогическая деятельность:** | | | |
| **ПК-20** | Способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - сущность научной проблемы и научной задачи; их соотношение с практическими профессиональными проблемами и задачами;  - методы поиска, сбора и анализа научной информации;  - инструментарий проведения научных исследований; методики проведения экспериментальных исследований;  - отечественный и зарубежный опыт изучения профессиональной тематики исследования;  - актуальное состояние основных направлений профессиональной научной сферы;  - историю развития научных парадигм, связанных с тематикой исследования. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - выявлять перспективные направления научных исследований;  - обосновывать выбор методов проведения экспериментальной работы;  - обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы;  - осуществлять подбор и проводить анализ научной литературы и прочих источников;  - систематизировать и обобщать научную информацию, связанную с тематикой исследования. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - навыками подготовки базы для научных исследований в профессиональной сфере;  - основными способами мониторинга научной информации;  - навыками дифференциации научной информации в соответствии с тематикой исследования;  - способностью оперативного осмысления получаемой научной информации в контексте как научного дискурса, так и в контексте развития профессиональной сферы в целом;  - умениями ставить и решать научно-исследовательские задачи профессиональной сферы с использованием глубоких фундаментальных и специальных знаний, аналитических методов и сложных моделей. |
| **ПК-21** | Способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - методы анализа научной информации, изучения отечественного и зарубежного опыта по тематике исследования;  - историю развития научных парадигм, основные научные концепции, связанные с тематикой исследования, их динамику и тенденции развития;  - основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, полученные отечественными и зарубежным исследователями по вопросам исследования. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - ставить и решать научные задачи в своей предметной области с использованием глубоких фундаментальных и специальных знаний о динамике и развитии основных научных концепций и научных парадигм на основе анализа научно-исследовательской, научно-практической и патентной литературы;  - критически оценить основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем с точки зрения понимания условий и возможностей их практического использования в изучении;  - использовать данные о динамике и развитии основных научных концепций в разработке собственного научного исследования. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - основными способами мониторинга научной информации;  - способностью оперативного осмысления получаемой научной информации в контексте как научного дискурса, так и в контексте развития рекламы и PR в целом;  - навыками применения в исследовательской работе основных концепций и принципов самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем в области рекламы и связей с общественностью. |
| **ПК-22** | Способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - языковые и речевые средства оформления собственного суждения;  - основные этапы эволюции научной мысли в профессиональной сфере;  - методики сбора, осмысления и анализа научной информации на основе научно-исследовательской литературы;  - методики типологизирования, структурирования и обобщения научной информации по поставленной научно-исследовательской проблеме;  - методики восполнения информации на основе научной логики и восстановления причинно-следственных связей;  - методы прогнозирования на основе неполной и ограниченной информации и разработке научных моделей и парадигм. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - обрабатывать теоретические, эмпирические и экспериментальные данные для формирования суждения;  - интегрировать полученные знания для анализа и синтеза ограниченной информации;  - оценивать полученную неполную информацию с точки зрения возможного прогнозирования;  - на основе полученной ограниченной информации устанавливать причинно-следственные связи и формулировать научные предположения;  - делать выводы и аргументировать соображения, лежащие в основе высказанных идей, проблем и их решений;  - формулировать собственные суждения на основе научно-исследовательской логики. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - навыками количественного и качественного анализа для формирования собственных суждений;  - навыками осмысления и интеграции полученной научной информации для анализа и синтеза;  - методикой построения научных парадигм и исследовательских моделей на основе восполнения неполной и ограниченной информации с учетом законов научной логики;  - навыками научного прогнозирования на основе собранной и интегрированной ограниченной информации;  - навыками решать задачи в новой или незнакомой среде в профессиональной сфере;  - навыками формирования собственного суждения. |
| **ПК-23** | Способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - основные области научных исследований в сфере своей профессиональной деятельности;  - междисциплинарный характер научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью;  - подходы к формализации ключевых концептуальных и прикладных задач в междисциплинарном контексте;  - методики решения концептуальных и прикладных задач в междисциплинарном контексте. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - применять методики междисциплинарных исследований в собственной научной работе;  - оперативно адаптировать последние достижения науки в рамках собственной научно-исследовательской работы;  - разработать развернутую структуру проведения научно-исследовательской работы в междисциплинарном контексте;  - решать концептуальные и прикладные задачи с привлечением исследований различных сфер научного знания. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - культурой научного мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации из разных сфер научного знания;  - навыками сбора, обобщения и структуризации научной информации, позволяющими обосновать актуальность, теоретическую и практическую значимость постановки и решения конкретной концептуальной и прикладной задачи в междисциплинарном контексте;  - навыками применения междисциплинарных исследований для решения концептуальных и прикладных задач в сфере рекламы и связей с общественностью. |
| **ПК-24** | Способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - ведущие научные идеи и учения в сфере исследования рекламы и связей с общественностью;  - основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих процессы деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;  - сущность основных форм научного мышления: понятия, суждения, умозаключения, также образы и представления;  - суть основных операций научного мышления: сравнения, анализа и синтеза, абстракции, обобщения, конкретизации;  - законы научной логики. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для решения поставленных научных задач;  - анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной науки о процессах и явлениях в сфере рекламы и связей с общественностью, выявлять тенденции изменения профессиональной сферы;  - обобщать полученные в процессе исследования данные; на основе полученных обобщений делать выводы;  - на основе полученных результатов научного исследования выдвигать новые идеи, в том числе в исследовательском контексте. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - культурой научного мышления;  - современными методами сбора, обработки и анализа эмпирических и экспериментальных данных в отечественных и зарубежных источниках в сфере рекламы и связей с общественностью;  - навыками научной логики и основных операций научного мышления: анализ, сравнение, синтез, обобщение, абстрагирование и пр.;  - способностью к восприятию, сравнению, обобщению, анализу и синтезу научной информации,  - навыками аргументированного резюмирования на основании полученной в результате операций научного мышления информации и выдвижения соображений, в том числе в исследовательском;  - навыками выдвижения новых идей для целей ранжирования и определения приоритетов в текущей и перспективной научно-исследовательской работе. |
| **ПК-25** | Способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - сущность, основные элементы и этапы интерпретации как научного метода и базовой процедуры познания;  - основные методы и модели интерпретирования как общенаучного метода с правилами перевода формальных символов и понятий на язык содержательного знания и представления результатов научных исследований;  - формы презентации результатов научных исследований (магистерская и кандидатская диссертация, автореферат, научная статья, тезисы, научный доклад); жанр и структуру практических рекомендаций;  - основные языковые средства научного стиля речи, особенности структуры и речевого оформления научного текста;  - основы научного прогнозирования; основы формулирования научных предположений. |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - переводить полученные в результате научного исследования результаты в содержательное знание в процессе интерпретации;  - на основе научных результатов формулировать гипотезы (научные предположения) для следующих этапов исследования;  - на основе полученных результатов прогнозировать тенденции и динамику изменений в профессиональной сфере;  - презентовать полученные результаты научного исследования в устных (научный доклад) и письменных (магистерская и кандидатская диссертация, автореферат, научная статья, тезисы) формах;  - создавать научный текст в соответствии с жанровыми, структурными особенностями и нормами и категориями научного стиля речи;  - реализовать основные подходы и эффективно использовать инструментарий формализации наиболее значимых результатов научных исследований для последующего составления практических рекомендаций на их основе. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - навыками интерпретации полученной научной информации;  - навыками выдвижения принципиально новых гипотез и прогнозирования тенденций развития профессиональной сферы деятельности;  - навыками использования современных технических средств и информационных технологий в подготовке и презентации отчета по научно-исследовательской работе;  - навыками создания устных и письменных научных текстов в соответствии с требованиями жанра и языковых норм научного стиля речи;  - навыками создания практических рекомендаций на основе полученной в результате научного исследования информации. |
| **ПК-26** | Способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации | Начальный этап (знания) | **Знать:**  - основные этапы подготовки магистерской работы и правила ее оформления; методологию написания магистерской работы;  - основы библиографической работы с привлечением современных информационных технологий;  - сущность научной проблемы и научной задачи исследования; методику формулирования научной проблемы, постановки целей и задач научного исследования;  - научные методы исследования и характер их применения; применение современных информационных технологий при проведении научных и прикладных исследований;  - основы научного анализа, синтеза, обобщения полученных в результате научного исследования данных;  - методики, средства и формы представления результатов исследований (отчета по научно-исследовательской работе, тезисов докладов, научных статей, курсовых работ и проектов, магистерской диссертации). |
| Продвинутый этап (умения) | **Уметь:**  - выдерживать заданный план и график проведения научно-исследовательской работы, концентрироваться на своевременном и рациональном выполнении первоочередных действий, связанных с изучением, оценкой и прогнозированием тенденций развития исследуемой сферы профессиональной деятельности;  - аргументировать актуальность научного исследования;  - выявлять научную составляющую при проведении исследования; формулировать тему, проблему, цель и задачи научного исследования;  - выбирать необходимые методы исследования (модификации существующих, разработки новых методов), исходя из задач конкретного исследования;  - применять современные информационные технологии при проведении научных и прикладных исследований;  - ставить и решать научные задачи с использованием глубоких фундаментальных и специальных знаний, аналитических методов и сложных моделей;  - анализировать и обрабатывать полученные результаты, структурировать информацию о полученных результатах, излагать её логически последовательно;  - правильно оформлять документы, содержащие информацию о полученных результатах исследований;  - применять накопленные знания при подготовке и написании научно- исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации, а также в профессиональной деятельности. |
| Завершающий этап (навыки) | **Владеть:**  - навыками библиографической работы с привлечением современных информационных технологий: навыки работы с источниками информации, а также рецензирования и реферирования научных трудов;  - навыками проведения конкретных исследований в рамках работ по научным темам, публичных выступлений;  - навыками грамотного изложения результатов собственных научных исследований (отчеты, рефераты, статьи, тезисы, доклады и др.);  - способностью критического осмысления результатов собственных исследований;  - навыками подготовки и написания научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации;  - способностью аргументировано защищать и обосновывать полученные результаты исследований; внедрять полученные результаты в профессиональную практику. |