**КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ (ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ) ПО ОС ННГУ 3++ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ** **42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование категории компетенции | Код и наименование компетенции | Индикатор (индикаторы) достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
| **Профессиональные компетенции (обязательные)** |  |
| **Организационный** | ПКО-1. Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия | ПКО-1.1. 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;ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры | **Знать** обязанности линейного менеджера отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;**Уметь** выполнять в рамках реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; обязанности линейного менеджера отдела по рекламе и (или) связям с общественностью;**Владеть** практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий; анализа и самоанализа в системе реализации профессиональных функций в процессе деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах**Знать**  основные теоретические и практические аспекты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий**Уметь** использовать в практической деятельности знания о теоретических и практических аспектах планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;**Владеть** практическими навыками участия в планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;**Знать**  основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе специфику организационно-управленческой работы с малыми коллективами;- теоретические аспекты формирования внешней и внутренней коммуникации организации;**Уметь** применять на практике основные теоретические и практические аспекты менеджмента организации и коммуникационного менеджмента, в том числе связанные со спецификой организационно-управленческой работы с малыми коллективами;- использовать в практической деятельности знания о специфике формирования и функционирования внешней и внутренней коммуникации организации;**Владеть**  практической деятельности, связанной с организационно-управленческой работой с малыми коллективами;- непосредственного участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации |
| **Авторский** | ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ПКО-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;ПКО-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;ПКО-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;ПКО-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде | **Знать** основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга;**Уметь**  использоватьв практической деятельности основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга;**Владеть**  навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга**Знать**  специфику проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;**Уметь**  использовать в практической деятельности знания о специфике проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;**Владеть** навыками практического участия в проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;**Знать** технологии создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании**;****Уметь**  создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;**Владеть** практическими навыками создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;**Знать** технологии формирования положительного имиджа организации, паблисити, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде**Уметь** использовать технологии формирования положительного имиджа организации, паблисити, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде**Владеть** практическими навыками участия в деятельности по формированию положительного имиджа организации, паблисити, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде. |
| **Маркетинговый** | ПКО-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | ПКО-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПКО-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;ПКО-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами. | **Знать**  основные маркетинговыеинструменты, используемые при планировании и производстве и (или)реализации коммуникационного продукта;**Уметь**  использовать основные маркетинговыеинструменты при планировании и производстве и (или)реализации коммуникационного продукта;**Владеть** навыками использования в практической деятельности основных маркетинговыхинструментов при планировании и производстве и (или)реализации коммуникационного продукта;**Знать** методы и технологии проведения маркетинговых исследований**;****Уметь**  использовать знания о методах и технологиях проведения маркетинговых исследований в практической деятельности;**Владеть**  навыками проведения самостоятельных маркетинговых исследований;**Знать**  методы и технологии организации и проведения социологических исследований;**Уметь** использовать в практической деятельности методики и технологии организации и проведения социологических исследований;**Владеть** навыками самостоятельной организации и проведения социологических исследований |
| **Профессиональные компетенции (рекомендуемые)** |  |
| **Социально-просветительский** | ПКР-3. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности;ПКР-4. Способен соотносить деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с требованиями профессиональных этических стандартов. | ПКР-3.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;ПКР-3.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.ПКР-4.1. При реализации профессиональной деятельности опирается на принципы и требования профессиональных этических стандартов;ПКР-4.2. Демонстрирует понимание ответственности перед аудиторией в процессе продвижения коммуникационного продукта.  | **Знать** специфику продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы; мировой и отечественный опыт продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;**Уметь** использовать знания о специфике и мировом и отечественном опыте продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;**Владеть** практическими навыками продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;**Знать** принципы открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью; **Уметь**  при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опираться на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности;**Владеть** практическими навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью;**Знать** основные положения профессиональных этических стандартов в сфере рекламы и связей с общественностью;**Уметь** соотносить принципы и требования профессиональных этических стандартов в сфере рекламы и связей с общественностью с практической деятельностью в сфере рекламы и связей с общественностью;**Владеть** навыками рефлексии и саморефлексии практической деятельности в области рекламы связей с общественностью в процессе применения требований профессиональных стандартов.**Знать** положения деонтологических документов в области журналистики и массовых коммуникаций;**Уметь** применять принципы деонтологических документов в области журналистики и массовых коммуникаций, осознавать в процессе практической деятельности необходимость следования принципам социальной ответственности перед аудиторией;**Владеть** навыками рефлексии и саморефлексии осознания ответственности перед аудиторией в рамках анализа практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; |
| **Проектный** | ПКР-7. Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;ПКР-8. Способен продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в области рекламы и связей с общественностью путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации. | ПКР-7.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;ПКР-7.2. Готовит в рамках исполнения должностных обязанностей документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностьюПКР-7.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.ПКР-8.1. Применяет на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;ПКР-8.2. Анализирует требования потребителей к продукту, владеет навыками взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;ПКР-8.3. Проводит презентацию, интервью, пресс-конференцию и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью. | **Знать**  особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;**Уметь** использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;**Владеть** практическими навыками реализации основных методов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;**Знать** основные методы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью;**Уметь** применять на практике знания по подготовке проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью;**Владеть** навыками непосредственной практической деятельности по подготовке и составлению проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью;**Знать**  особенности и приемы работы над проектом с области рекламы и связей с общественностью;иметь представление о методах его реализации;- основные приемы и технологии написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;**Уметь**  использовать в практической деятельности приемы работы над проектом с области рекламы и связей с общественностью, а также методы его реализации;- использовать в практической деятельности приемы создания аналитических справок, обзоров и прогнозов;**Владеть** навыками практического участия в работе над созданием проектов, а также в процессе их реализации и продвижения;**Знать** технологии взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;**Уметь** применять на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;**Владеть** практическими навыками взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации в процессе продвижения коммуникационного продукта;**Знать** методики анализа требования потребителей к коммуникационному продукту;**Уметь** применять в практической деятельности методики анализа требования потребителей к коммуникационному продукту;**Владеть** навыками самостоятельного анализа требований потребителя к коммуникационному продукту, взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;**Знать** теоретические аспекты проведения презентаций, интервью, пресс-конференций и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью;**Уметь** применять в практической деятельности технологии проведения презентаций, интервью, пресс-конференций и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью;**Владеть** практическими навыками участия в проведении презентаций, интервью, пресс-конференций и т.д. при продвижении индивидуального и (или) коллективного проекта в области рекламы и связей с общественностью; |
| **Организационный** | ПКР-9. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.ПКР-10. Способен учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью и рекламы. | ПКР-9.1. Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта).ПКР-9.2. Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.ПКР-10.1. Реализует основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);ПКР-10.2. Применяет компьютерные технологии при создании рекламного и коммуникационного продукта, осуществляет фото- и видеосъемку для производства рекламного и коммуникационного продукта;ПКР-10.3. Владеет техническими и программными средствами для создания рекламы, навыком разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта. | **Знать** коммуникационные аспекты деятельности организации;**Уметь** выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации;**Владеть** практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;**Знать** технологии и техники организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;**Уметь** применять в практической деятельности организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;**Владеть** практическими навыками участия в организации и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;**Знать** основные принципы и правила работы в рекламном (маркетинговом) отделе, отделе по связям с общественностью (пресс-службе);**Уметь** учитывать в профессиональной деятельности специфику организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;**Владеть** навыками выполнения профессиональных обязанностей в рамках организационной структуры подразделения по связям с общественностью (пресс-службы), рекламного (маркетингового) отдела;**Знать** основные компьютерные технологии, применяемые при создании рекламного и коммуникационного продукта, основы фото- и видеосъемки;**Уметь** применять в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта компьютерные технологии, осуществлять фото- и видеосъемку;**Владеть** практическими навыками использования в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта компьютерных технологий, основ фото и видеосъемки.**Знать** основные программные средства создания рекламы, технологии разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта;**Уметь** применять в практической деятельности программные средства создания рекламы, технологии разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта;**Владеть** практическими навыками участия в процессе создания рекламы с применением программных средств, технологий разработки средств продвижения рекламного и коммуникационного продукта; |
| **Авторский** | ПКР-11. Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ;ПКР-12. Способен привлекать и удерживать внимание аудитории в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта, используя методы сторителлинга, приемы структурирования материала и сочетания текстовых и мультимедийных элементов. | ПКР-11.1. Создает рекламный и PR-текст, учитывая жанрово-стилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта;ПКР-11.2. Адаптирует рекламный и PR-текст с учетом требований разных типов СМИ.ПКР-12.1. Применяет на практике методы сторителлинга, сочетает текстовые и мультимедийные элементы в профессиональной деятельности;ПКР-12.2. Применяет на практике приемы привлечения и удержания внимания аудитории при создании рекламного и коммуникационного продукта. | **Знать** специфику создания рекламного и PR-текста, жанрово-стилевые и тематические аспекты создания коммуникационного продукта;**Уметь** применять в практической деятельности теоретические основы создания рекламного и PR-текста;**Владеть** практическими навыками создания рекламного и PR-текста;**Знать** технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;**Уметь** применять в практической деятельности технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;**Владеть** практическими навыками адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;**Знать** современные технологии сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере, методы использования технологии сторителлинга;**Уметь** использовать в процессе создания коммуникационного продукта современные технологии сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере;**Владеть** навыками применения в профессиональной деятельности современных технологий сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере, технологий сторителлинга;**Знать** технологии и методы организации обратной связи с целевой аудиторией на различных медиаплощадках при создании рекламного и коммуникационного продукта;**Уметь** применять технологии и методы формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках при создании рекламного и коммуникационного продукта;**Владеть** навыками непосредственного участия в рамках осуществления профессиональной деятельности в процессе формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта; |
| **Маркетинговый** | ПРК-13. Способен использовать стратегии и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;ПКР-14. Способен интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, анализировать эффективность продвижения рекламного и коммуникационного продукта; | ПКР-13.1. Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;ПКР-13.2. Применяет на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности.ПКР-14.1. Разрабатывает концепции продвижения продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии;ПКР-14.2. Осуществляет выбор маркетинговых технологий и инструментов для продвижения рекламного и коммуникационного продукта;ПКР-14.3. Разрабатывает план мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта и формирует проект бюджета на его реализацию.ПКР-14.4. Владеет навыками изучения предпочтений и установок аудитории и использует эту информацию в профессиональной деятельности | **Знать** технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;**Уметь** использовать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;**Владеть** практическими навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;**Знать** техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;**Уметь** использовать в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;Владеть навыками применения в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;**Знать** теоретические аспекты интегрированных маркетинговых коммуникаций, концепции продвижения коммуникационного продукта;**Уметь** в рамках должностных полномочий разрабатывать самостоятельные концепции продвижения коммуникационного продукта, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии;**Владеть** практическими навыками продвижения коммуникационного продукта, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий;**Знать** маркетинговые технологии и инструменты для продвижения рекламного и коммуникационного продукта;**Уметь** в процессе осуществления практической деятельности выбирать маркетинговые технологии и инструменты для продвижения рекламного и коммуникационного продукта;**Владеть** практическими навыками использования маркетинговых технологий и инструментов для продвижения рекламного и коммуникационного продукта;**Знать** теоретические аспекты разработки мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта, формирования проекта бюджета на его реализацию;**Уметь** использовать в практической деятельности методы разработки мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта, формирования проекта бюджета на его реализацию;**Владеть** навыками практического участия в процессе разработки мероприятий по продвижению рекламного и коммуникационного продукта, формирования проекта бюджета на его реализацию;**Знать** методы изучения предпочтений и установок аудитории;**Уметь** использовать в профессиональной деятельности методы изучения предпочтений и установок аудитории;**Владеть** практическими навыками изучения предпочтений и установок аудитории в процессе создания и продвижения коммуникационного продукта. |