Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова»

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор

Ж.В. Никонова «16» июня 2022 г.

Номер внутривузовской регистрации

протокол Ученого совета № 13 от «16» июня 2022 г.

ПРОГРАММА

государственной итоговой аттестации выпускников

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере (английский язык)

Квалификация (степень): бакалавр

Форма обучения

очная

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Общие положения	4
1.1	Нормативные документы, регламентирующие проведение государственной	4
	итоговой аттестации (далее – ГИА)	
1.2	Цель и задачи ГИА	5
1.3.	Структура ГИА	6
2.	Содержание ГИА и порядок её проведения	6
2.1	Перечень компетенций и критерии их оценивания	6
2.2	Дисциплины (модули), входящие в предметную область ГИА	2
2.3.	Порядок проведения государственного экзамена	2
3.	Фонд оценочных средств для проведения ГИА	2
3.1.	Типовые контрольно-измерительные материалы (тексты, тесты, вопросы),	2
	используемые для оценки результатов освоения образовательной программы	
3.2	Шкала оценивания	3
4.	Содержание выпускной квалификационной работы (далее – ВКР), порядок	
	ее подготовки и защиты	3
4.1	Требования, предъявляемые к ВКР	3.
4.2	Условия и сроки выполнения ВКР	3
4.3	Порядок назначения научного руководителя ВКР	3
4.4	Порядок защиты ВКР	3
5.	Учебно-методическое и информационное обеспечение ГИА	4
5.1.	Основная литература	4
5.2	Дополнительная литература	4
5.3	Перечень программного обеспечения	4
5.4.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет	4
5.5.	Перечень информационных справочных систем	4
6.	Материально-техническая база, необходимая для проведения ГИА	4
7.	Специальные условия прохождения ГИА обучающимися с инвалидностью и	
	ограниченными возможностями здоровья	4
	Приложение	5

Программа составлена соответствии c Федеральным В государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512, Положением о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном vчреждении образования «Нижегородский государственный лингвистический vниверситет Н.А. Добролюбова», утвержденным приказом ректора НГЛУ № 398 ОС/Д от 25.12.2020 г.; проведении государственной итоговой аттестации Положением об организации и обучающихся по программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», утвержденным приказом ректора НГЛУ № 98 ОС/Д от 30.04.2020 г.; Положением о выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», утвержденным приказом ректора НГЛУ № 398 ОС/Д от 25.12.2020 г.; Положением о подготовке и защите выпускной квалификационной работы как стартапа, утвержденным приказом ректора НГЛУ № 206 ОС/Д от 30.05.2022 г.

Составитель программы: канд. филос. наук, доцент Ротанова М.Б.

Программа обсуждена и одобрена на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью и туризма 10.06.2022 г., протокол № 13.

nelas

Зав. кафедрой М.Б. Ротанова

Декан высшей школы социальных наук М.В. Федорова

Программа утверждена

Проректор по образовательной и профориентационной деятельности

Р.А. Иванова

1. ОБШИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Настоящая программа государственной итоговой аттестации выпускников по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация – бакалавр) предназначена для оценивания результатов освоения студентами основной профессиональной образовательной программы.

Программа составлена в соответствии Федеральным законом Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; организации осуществления образовательной Порялком И образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета, программам магистратуры, утвержденным Минобрнауки России от 6 апреля 2021 г. № 245, Порядком проведения государственной итоговой аттестании по образовательным программам высшего образования программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденным приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636 с изменениями и дополнениями от 9 февраля, 28 апреля 2016 г., 27 марта 2020 г.

Программа соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденному приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512.

Программа разработана В соответствии с Положением проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», утвержденным приказом ректора НГЛУ № 398 ОС/Д от 25.12.2020 г.; Положением об организации и проведении государственной итоговой аттестации обучающихся по программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», утвержденным приказом ректора НГЛУ № 98 ОС/Д от 30.04.2020 г.: Положением о выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», утвержденным приказом ректора НГЛУ № 398 ОС/Д от 25.12.2020 г.; Положением о подготовке и защите выпускной квалификационной работы как стартапа, утвержденным приказом ректора НГЛУ № 206 ОС/Д от 30.05.2022 г.

1.1. Нормативные документы, регламентирующие проведение государственной итоговой аттестации (далее – ГИА)

Государственная итоговая аттестация выпускников НГЛУ по образовательным программам проводится на основании и в соответствии со следующими нормативными документами:

- Федеральным законом Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Минобрнауки России от 6 апреля 2021 г. № 245;

- Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512, с изменениями и дополнениями, утвержденными приказами Минобрнауки России от 26 ноября 2020 г. № 1456, 8 февраля 2021 г. № 83;
- Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденным приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636 с изменениями и дополнениями от 9 февраля, 28 апреля 2016 г., 27 марта 2020 г.;
- Положением о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», утвержденным приказом ректора НГЛУ № 398 ОС/Д от 25.12.2020 г.;
- Положением об организации и проведении государственной итоговой аттестации обучающихся по программам высшего образования программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», утвержденным приказом ректора НГЛУ № 98 ОС/Д от 30.04.2020 г.;
- Положением о выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», утвержденным приказом ректора НГЛУ № 398 ОС/Д от 25.12.2020 г.;
- Положением о подготовке и защите выпускной квалификационной работы как стартапа, утвержденным приказом ректора НГЛУ № 206 ОС/Д от 30.05.2022 г.;
- Настоящей Программой ГИА и методической документацией, разрабатываемой выпускающей кафедрой рекламы, связей с общественностью и туризма.

1.2. Цель и задачи ГИА

Цель государственной итоговой аттестации — оценки результатов освоения образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере (английский язык), и соответствия его подготовки требованиям ФГОС ВО.

Задачи государственной итоговой аттестации:

- оценить уровень практической и теоретической подготовки студентов к выполнению профессиональных задач в областях профессиональной деятельности бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере (английский язык);
- определить готовность выпускника к видам профессиональной деятельности в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере (английский язык);
- оценить уровень подготовки выпускников в соответствии с требованиями ФГОС ВО к результатам освоения основных образовательных программ бакалавриата через набор профессиональных компетенций.

1.3. Структура ГИА

Государственная итоговая аттестация выпускников по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере (английский язык), включает сдачу государственного экзамена, позволяющего выявить и оценить теоретическую подготовку, готовность к основным видам профессиональной деятельности, а также защиту выпускной квалификационной работы по одной из тем, отражающих актуальную проблематику деятельности рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере.

Государственный экзамен включает в себя теоретическую и практическую части. Теоретическая часть формируется из значимых вопросов по дисциплинам профессионального цикла. Практическая часть представляет собой решение ситуативных заданий с использованием теоретических и прикладных знаний. Экзаменационный билет включает два теоретических вопроса и одно практическое задание.

Выпускная квалификационная работа должна демонстрировать теоретическую подготовку выпускника и навыки практического анализа проблем коммуникативного цикла в деятельности рекламы и связей с общественностью организации

По итогам государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы государственная экзаменационная комиссия принимает решение о присвоении квалификации и выдаче выпускнику документа о высшем образовании.

2. СОДЕРЖАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА И ПОРЯДОК ЕГО ПРОВЕДЕНИЯ

2.1. Перечень компетенций и критерии их оценивания

В ходе государственной итоговой аттестации контролируется степень владения выпускниками следующими универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями, приобретёнными ими в результате освоения основной профессиональной образовательной программы:

Результат освоения ОПОП	Код по ФГОС	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения (дескрипторы – основные признаки освоения, показатели достижения результата)	Оценочны е средства
Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1	УК-1.1. Знает методы критического анализа и оценки современных научных достижений; методы критического анализа; основные принципы критического анализа. УК-1.2. Умеет: получать новые знания на основе анализа, синтеза и др.; собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и решений на основе действий,	Пороговый уровень обучающийся слабо (частично): Знает: виды задач по различным видам запросов; возможные варианты решения поставленной задачи Умеет: анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие; определять, интерпретировать и ранжировать информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществлять поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; при обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать собственные мнения и суждения, аргументировать свои выводы и точку зрения; рассматривать и предлагать возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки; Владеет: умением осуществлять поиск, критический анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями):	Государстве нный экзамен Выпускная квалификац ионная работа

	DATE OF THE PARTY	21/2021: 21/21/2021 20 2021 20 2021 2021	
	эксперимента и	Знает: виды задач по различным видам	
	опыта. УК-1.3. Владеет:	запросов; возможные варианты решения поставленной задачи	
	исследованием	Умеет: анализировать задачу, выделяя ее	
	проблемы	базовые составляющие; определять,	
	профессиональной	интерпретировать и ранжировать информацию,	
	деятельности с	требуемую для решения поставленной задачи;	
	применением	осуществлять поиск информации для решения	
	анализа; синтеза и	поставленной задачи по различным типам	
	других методов	запросов; при обработке информации отличать	
	интеллектуальной	факты от мнений, интерпретаций, оценок,	
	деятельности;	формировать собственные мнения и суждения,	
	выявлением научных	аргументировать свои выводы и точку зрения;	
	проблем и	рассматривать и предлагать возможные	
	использованием	варианты решения поставленной задачи,	
	адекватных методов	оценивая их достоинства и недостатки;	
	для их решения;	Владеет: умением осуществлять поиск,	
	демонстрированием	критический анализ информации, применять	
	оценочных суждений	системный подход для решения поставленных	
	в решении	задач	
	проблемных	Повышенный уровень	
	профессиональных	обучающийся с требуемой степенью полноты и	
	ситуаций	точности (свободно):	
		Знает: виды задач по различным видам	
		запросов; возможные варианты решения	
		поставленной задачи	
		Умеет: анализировать задачу, выделяя ее	
		базовые составляющие; определять,	
		интерпретировать и ранжировать информацию,	
		требуемую для решения поставленной задачи;	
		осуществлять поиск информации для решения	
		поставленной задачи по различным типам	
		запросов; при обработке информации отличать	
		факты от мнений, интерпретаций, оценок,	
		формировать собственные мнения и суждения,	
		аргументировать свои выводы и точку зрения;	
		рассматривать и предлагать возможные	
		варианты решения поставленной задачи,	
		оценивая их достоинства и недостатки;	
		Владеет: умением осуществлять поиск,	
		критический анализ информации, применять	
		системный подход для решения поставленных	
Способен УК-2	УК-2.1. Знает:	Задач	Газулапала
определять	ук-2.1. знает. методы	Пороговый уровень обучающийся слабо (частично):	Государстве нный
круг задач в	представления и	ооучающийся слабо (частично). Знает: как определять круг задач в рамках	
рамках	описания	поставленной цели и выбирать оптимальные	Экзамен
поставленной	результатов	способы их решения, исходя из действующих	Выпускная
цели и	проектной	правовых норм, имеющихся ресурсов и	квалификац
выбирать	деятельности;	ограничений	ионная
оптимальные	методы, критерии и	Умеет: определять круг задач в рамках	работа
способы их	параметры оценки	поставленной цели и выбирать оптимальные	
решения,	результатов	способы их решения, исходя из действующих	
исходя из	выполнения проекта;	правовых норм, имеющихся ресурсов и	
действующих	принципы, методы и	ограничений	
правовых	требования,	Владеет: умением определять круг задач в	
норм,	предъявляемые к	рамках поставленной цели и выбирать	
имеющихся	проектной работе.	оптимальные способы их решения, исходя из	
ресурсов и	УК-2.2. Умеет:	действующих правовых норм, имеющихся	
ограничений	обосновывать	ресурсов и ограничений	
	практическую и	Высокий уровень	
	теоретическую	обучающийся с незначительными ошибками	
	значимость	(затруднениями):	
	полученных	Знает: как определять круг задач в рамках	
	результатов; проверять и	поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих	

анализировать проектную документацию; прогнозировать развитие процессов в проектной профессиональной области; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации проекта; анализировать проектную документацию; рассчитывать качественные и количественные результаты, сроки выполнения проектной работы. УК-2.3. Владеет: управлением проектами в области, соответствующей профессиональной деятельности; распределением заданий и побуждением других к достижению целей; управлением разработкой технического задания проекта, управлением реализации профильной проектной работы; управлением процесса обсуждения и доработки проекта; участием в разработке технического задания проекта, разработкой программы реализации проекта в профессиональной области; организацией проведения профессионального обсуждения проекта, участием в ведении проектной документации; проектированием план-графика реализации проекта; определением требований к результатам реализации проекта,

правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Умеет: определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Владеет: умением определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Повышенный уровень

обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно):

Знает: как определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Умеет: умеет анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции

Владеет: умением определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

участием в научных

		пискуссиях и		
		дискуссиях и круглых столах		
		круглых столих		
Способен	УК-3	УК-3.1. Знает:	<u>Пороговый уровень</u>	Государстве
осуществлять	J IC-3	проблемы подбора	обучающийся слабо (частично):	нный
социальное		эффективной	Знает: как осуществлять социальное	экзамен
взаимодейств		команды; основные	взаимодействие и реализовывать свою роль в	Выпускная
ие и		условия	команде	квалификац
реализовыват		эффективной	Умеет: осуществлять социальное	ионная
ь свою роль в		командной работы;	взаимодействие и реализовывать свою роль в	работа
команде		основы	команде, нести личную ответственность за	paoora
		стратегического	результат;	
		управления	Владеет: умением осуществлять социальное	
		человеческими	взаимодействие и реализовывать свою роль в	
		ресурсами,	команде;	
		нормативные	Высокий уровень	
		правовые акты,	обучающийся с незначительными ошибками	
		касающиеся	(затруднениями):	
		организации и	Знает: как осуществлять социальное	
		осуществления	взаимодействие и реализовывать свою роль в	
		профессиональной	команде	
		деятельности;	Умеет: осуществлять социальное	
		модели	взаимодействие и реализовывать свою роль в	
		организационного	команде, нести личную ответственность за	
		поведения, факторы	результат;	
		формирования	Владеет: умением осуществлять социальное	
		организационных	взаимодействие и реализовывать свою роль в	
		отношений;	Команде	
		стратегии и	Повышенный уровень	
		принципы командной	обучающийся с требуемой степенью полноты и	
		работы, основные	точности (свободно): Знает: как осуществлять социальное	
		характеристики организационного	взаимодействие и реализовывать свою роль в	
		климата и	команде	
		взаимодействия	Умеет: осуществлять социальное	
		людей в	взаимодействие и реализовывать свою роль в	
		организации; методы	команде, нести личную ответственность за	
		научного	результат;	
		исследования в	Владеет: умением осуществлять социальное	
		области управления;	взаимодействие и реализовывать свою роль в	
		методы верификации	команде	
		результатов		
		исследования;		
		методы		
		интерпретации и		
		представления		
		результатов		
		исследования.		
		УК-3.2. Умеет:		
		определять стиль		
		управления и		
		эффективность		
		руководства		
		командой;		
		вырабатывать		
		командную		
		стратегию; владеть		
I		технологией		
ı		реализации основных		
		функций управления, анализировать		
ı		интерпретировать		
		результаты научного		
ı		исследования в		
I		области управления		
		человеческими		
	1	Total Tookingii	1	1

<u> </u>	
ресурсами;	применять
принципы и	и методы
организаци	И
командной	
деятельност	
подбирать м	методы и
методики	
исследован	
профессион	нальных
практически	
_	изировать и
интерпрети	*
	-
результаты	
исследован	
УК-3.3. Вла	
организаци	лей и
управление	ем
командным	
взаимодейс	
решении	OTBITCH B
1	HIV HOROÙ.
поставленн	
созданием	
для выполн	нения
практическ	сих задач;
участием в	
разработке	стратегии
командной	
составлени	
деловых пи	
целью орга	
сопровожд	
командной	работы;
умением ра	аботать в
команде;	
разработко	й
программы	
эмпиричест	
исследован	
профессион	нальных
практическ	ких задач.
Способен УК-4 УК-4.1. Зна	ает: <u>Пороговый уровень</u> Государство
осуществлять компьютер	
деловую технологии	
коммуникаци информаци	
ю в устной и инфраструн	
письменной организаци	HOIIIWA
формах на коммуника	
государствен профессион	нальной взаимодействие и реализовывать свою роль в
ном языке этике; факт	горы команде
Российской улучшения	Владеет: умением осуществлять деловую
Федерации и коммуника	, , , , , , , , , , , , , , , , , , ,
иностранном(организаци	
ых) языке(ах) коммуника	
технологии	
профессион	
взаимодейс	
характерис	
коммуника	письменной формах на государственном языке
потоков; зн	начение Российской Федерации и иностранном(ых)
коммуника	
профессион	
взаимодейс	
	ствии; в устной и письменной формах на
	ствии; в устной и письменной формах на следования государственном языке Российской Федерации
коммуника	ствии; в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
коммуника потенциала личности;	ствии; в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

современные средства информационнокоммуникационных технологий. УК-4.2. Умеет: создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследовать прохождение информации по управленческим коммуникациям; определять внутренние коммуникации в организации; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке; владеть принципами формирования системы коммуникации; анализировать систему коммуникационных связей в организации. УК-4.3. Владеет: осуществлением устными и письменными коммуникациями, в том числе на иностранном языке; представлением планов и результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий; владеет технологией построения эффективной коммуникации в организации; передачей профессиональной информации в информационнотелекоммуникационн ых сетях; использованием современных средств

на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) Умеет: осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) Владеет: умением осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

		информационно-		
		коммуникационных технологий.		
Способен	УК-5	УК-5.1. Знает:	Пороговый уровень	Государстве
воспринимать		психологические	обучающийся слабо (частично):	нный
межкультурн		основы социального	Знает: о межкультурном разнообразии	экзамен
oe		взаимодействия;	общества в социально-историческом,	Выпускная
разнообразие		направленного на	этическом и	квалификац
общества в		решение	философском контекстах	ионная
социально-		профессиональных	Умеет: воспринимать межкультурное	работа
историческом		задач; основные	разнообразие общества в социально-	
, этическом и		принципы	историческом, этическом и	
философском		организации деловых	философском контекстах	
контекстах		контактов; методы	Владеет: умением воспринимать	
		подготовки к	межкультурное разнообразие общества в	
		переговорам,	социально-историческом, этическом и	
		национальные,	философском контекстах	
		этнокультурные и	Высокий уровень	
		конфессиональные	обучающийся с незначительными ошибками	
		особенности и	(затруднениями):	
		народные традиции		
		населения; основные	Знает: о межкультурном разнообразии	
		концепции	общества в социально-историческом,	
		взаимодействия	этическом и философском контекстах	
		людей в	Умеет: воспринимать межкультурное	
		организации,	разнообразие общества в социально-	
		особенности	историческом, этическом и	
		диадического	философском контекстах	
		взаимодействия.	Владеет: умением воспринимать	
		УК-5.2. Умеет:	межкультурное разнообразие общества в	
		грамотно, доступно	социально-историческом, этическом и	
		излагать	философском контекстах	
		профессиональную	<u>Повышенный уровень</u>	
		информацию в процессе	обучающийся с требуемой степенью полноты и	
		межкультурного	точности (свободно):	
		взаимодействия;	Знает: о межкультурном разнообразии	
		соблюдать этические	общества в социально-историческом,	
		нормы и права	этическом и	
		человека;	философском контекстах	
		анализировать	Умеет: воспринимать межкультурное	
		особенности	разнообразие общества в социально-	
		социального	историческом, этическом и	
		взаимодействия с	философском контекстах	
		учетом национальных,	Владеет: умением воспринимать	
			межкультурное разнообразие общества в	
		этнокультурных,		
		конфессиональных	социально-историческом, этическом и	
		особенностей. УК-5.3. Владеет:	философском контекстах	
		организацией		
]	продуктивного		
		взаимодействия в		
		профессиональной		
		среде с учетом		
		национальных,		
		этнокультурных,		
		конфессиональных		
		особенностей;		
		преодолением		
		коммуникативных,		
		образовательных,		
		этнических,		
		конфессиональных и		
		других барьеров в		
		процессе		
		межкультурного		
	•			i .

		1		
		выявлением		
		разнообразия		
		культур в процессе		
		межкультурного		
0 6	NIIC C	взаимодействия.	п	Г
Способен	УК-6	УК-6.1. Знает:	Пороговый уровень	Государстве
управлять		особенности	обучающийся слабо (частично):	нный
СВОИМ		принятия и	Знает: о реализации траектории саморазвития	экзамен
временем,		реализации	на основе принципов образования в течение	Выпускная
выстраивать и		организационных, в	всей жизни	квалификац
реализовыват		том числе	Умеет: управлять своим временем,	ионная
ь траекторию		управленческих решений; теоретико-	выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов	работа
саморазвития на основе		методологические	образования в течение всей жизни	
принципов		основы	Владеет: умением управлять своим временем,	
образования в			выстраивать и реализовывать траекторию	
течение всей		саморазвития, самореализации,	саморазвития на основе принципов	
жизни		использования	образования в течение всей жизни	
жизни		творческого	Высокий уровень	
		потенциала	обучающийся с незначительными ошибками	
		собственной	(затруднениями):	
		деятельности;	(затруднениями). Знает: о реализации траектории саморазвития	
		основные научные	на основе принципов образования в течение	
		ШКОЛЫ ПСИХОЛОГИИ И	всей жизни	
		управления;	Умеет: управлять своим временем,	
		деятельностный	выстраивать и реализовывать траекторию	
		подход в	саморазвития на основе принципов	
		исследовании	образования в течение всей жизни	
		личностного	Владеет: умением управлять своим временем,	
		развития;	выстраивать и реализовывать траекторию	
		технологию и	саморазвития на основе принципов	
		методику	образования в течение всей жизни	
		самооценки;	<u>Повышенный уровень</u>	
		теоретические	обучающийся с требуемой степенью полноты и	
		основы акмеологии,	точности (свободно):	
		уровни анализа	Знает: о реализации траектории саморазвития	
		психических	на основе принципов образования в течение	
		явлений.	всей жизни	
		УК-6.2. Умеет:	Умеет: управлять своим временем,	
		определять	выстраивать и реализовывать траекторию	
		приоритеты	саморазвития на основе принципов	
		профессиональной	образования в течение всей жизни	
		деятельности и	Владеет: умением управлять своим временем,	
		способы ее	выстраивать и реализовывать траекторию	
		совершенствования	саморазвития на основе принципов	
		на основе	образования в течение всей жизни	
		самооценки;		
		разрабатывать,		
		контролировать,		
		оценивать и		
		исследовать		
		компоненты		
		профессиональной		
		деятельности;		
		планировать		
		самостоятельную		
		деятельность в		
		решении		
		профессиональных		
		задач.		
		УК-6.3. Владеет:		
		навыками		
		определения		
		эффективного		
		направления		
		действий в области		

профессиональной деятельности; принятием решений на уровен собствениюй профессиональной деятельности; навыками шанирования собственной профессиональной деятельности; навыками шанирования х технология в х технология у УК-2. Умст поддерживать должный уровень подготовленности профессиональной деятельности обеспечения полноненной социальной и профессиональной деятельности у УК-7. В въддет должным уровень физической подготовленности для обеспечения полноненной социальной и профессиональной деятельности у УК-7. В въддет должным уровень физической подготовленности для обеспечения полноненной социальной и профессиональной деятельности у УК-7. В въддет должным уровень физической подготовленности для обеспечения полноненной социальной и профессиональной деятельности и выполняющей социальной и профессиональной деятельности и высокий ключены социальной и профессиональной деятельности и высокий ключены социальной и профессиональной деятельности и высокий ключены социальной и профессиональной деятельности нефтической подготовленности для обеспечения понноненной социальной и профессиональной деятельности и высокий ключены социальной и профессиональной деятельности и понноненной социальной и профессиональной деятельности и обеспечения понноненный социальной и профессиональной деятельности и обеспечения понноненный социальной и профессиональной деятельности до обеспечения понноненный социальной и профессиональной деятельности для обеспечения понноненный социальной и профессиональной деятельности и учет учет учет поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения понноненный социальной деятельности для обеспечения понноненный социальной и профессиональной деятельности для обеспечения понноненный социальной и профессиональной деятельности для обеспечения понноненный социальной деятельности для обеспечения понноненный социальной подготовленности для обеспечения понноненный социальной и профессиональной де
принятием решений на уровие собственной профессиональной деятельности; навыками планирования собственной профессиональной деятельности. В заровыесоберстающих уровень физической подготовленности уК.7.1. Знает о заровыесоберстающих значении в своюй подготовленной профессиональной деятельности уК.7.2. Учест использовать данные технологии в сощальной и профессиональной деятельности уК.7.3. Владест уменем подгоряживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной сощальной и профессиональной деятельности уК.7.3. Владест уменем подгоряживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной сощальной и профессиональной деятельности ук.7.3. Владест уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной сощальной и профессиональной деятельности уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной сощальной и профессиональной деятельности умень физической подготовленности для обеспечения полноценной сощальной и профессиональной деятельности и умень физической подготовленности для обеспечения полноценной сощальной и профессиональной деятельности и умень физической подготовленности для обеспечения полноценной сощальной и профессиональной деятельности Владеет умением подцерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной сощальной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной деятельности Владеет умением подцерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной сощальной и профессиональной деятельности Владеет умением подперавать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и
на уровен собственной профессиональной деятельности уК.7. 3 мает о подготовленности и подготовленности уК.7.2. Умсет подгоряживать должный уровень дизической подготовленности для обеспечения подпосненой сощальной и профессиональной профессиональной деятельности и профессиональной профессиональной профессиональной профессиональной профессиональной профессиональной профессиональной профессиональной профессиональной подготовленности для обеспечения подпосненой сощальной и профессиональной подготовленности для обеспечения подпосненой сощальной и профессиональной деятельности уб.7.3. Владест должими уровень физической подготовленности для обеспечения подпосненой сощальной и профессиональной деятельности уб.7.3. Владест жак поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной сощальной и профессиональной деятельности умест подгорящим обеспечения полноценной сощальной и профессиональной деятельности умест подгорящим обеспечения полноценной сощальной и профессиональной деятельности умест подгорящим обеспечения полноценной сощальной и профессиональной деятельности Валасет умением подгорживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной сощальной и профессиональной деятельности Валасет умением подгорживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной сощальной и профессиональной деятельности Валасет умением подгорживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной сощальной и профессиональной деятельности для обеспечения полноценной сощальной подготовленности для обеспечения полноценной сощальной и профессиональной деятельности для обеспечения полноценн
обственной планирования собственной планирования собственной планирования собственной планирования собственной профессиональной деятельности УК-7.1 Знает о заровыесоберствощи х технологиях и их значении в своей профессиональной деятельности УК-7.2 Умеет использовать данные технология в социальной и профессиональной деятельности УК-7.3 Бладест уживать должный уровень физической подготовленноги для обеспечения полнопенной социальной и профессиональной деятельности УК-7.3 Бладест уживием подготовленности для обеспечения подпечной социальной и профессиональной деятельности УК-7.3 Бладест ужением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полнопенной социальной и профессиональной деятельности УК-7.3 Бладест ужением подгорживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полнопенной социальной и профессиональной деятельности Высовий уровень физической подготовленности для обеспечения полнопенной социальной и профессиональной деятельности Владеет ужением подгерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полнопенной социальной и профессиональной деятельности Нашениемые для
профессиональной деятельности уКт. 2. Умест нодгорящей пофессиональной деятельности уКт. 3. Явадеет использовать дальный гомпотенной социальной порфессиональной деятельности уКт. 3. Явадеет должным уровень физической подтотовленности для обеспечения подготовленности для обеспечения подгоденности для обеспечения подпоценной спидальной и профессиональной и профессиональной деятельности Наманения должный уровень физической подтотовленности для обеспечения подпоценной спидальной и профессиональной и профессиональ
Деятельности Дея
Павыкани планирования собственной профессиональной деятельности УК-7 УК-7.1. Знает о задорные франческой подтотовленности и уК-7.3. Владеет использовать данные профессиональной деятельности УК-7.3. Владеет использовать данные профессиональной деятельности УК-7.3. Владеет использовать данные профессиональной деятельности УК-7.3. Владеет использовать данные профессиональной и профессиональной деятельности УК-7.3. Владеет должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности УК-7.3. Владеет должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умест поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умест поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Имест поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Имест поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умест поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умест поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умест поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умест поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умест поддерживать д
Плавирования собственной профессиональной деятельности УК-7 1. Знает о здоровьееберегающи профессиональной профессиональной профессиональной деятельности УК-7 2. Умеет поддерживать должный уровень физической подготовленности и уК 7.2. Умеет поддерживать должный уровень профессиональной деятельности УК-7.3. Владест должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности УК-7.3. Владест должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности УК-7.3. Владест должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Высокий уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Высокий уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Повляенный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Повляенный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной справленности для обеспечения полноценной справле
Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности УК-7.3. Владеет должным уровень физической подготовленности для обеспечения подпотовленности для обеспечения подреживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения подпотовленности для обеспечения подпотовлен
Профессиональной двяет о здоровьесберетающи уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной двятельности уК.7.2. Умеет поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной двятельности уК.7.3. Владеет должным уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной двятельности уК.7.3. Владеет должным уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной двятельности умеет поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной двятельности умеет поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной двятельности и умеет поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной двятельности и напримененной социальной и профессиональной двятельности и напримененной социальной и профессиональной двятельности и наприфессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной двятельности и напримененной социальной и профессиональной двятельности и напримененной социальной и профессиональной и профессиональной двятельности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной двятельности двятельности двятельности для обеспечения полноценной социальной и професи
Способен поддерживать должный уровень физической подготвленности и и и и и и и и и и и и и и и и и и
Подосравия вы укремень обучающийся слабо (частично):
поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности уК.7.2. Умеет обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной ваятельности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной прательности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной прательности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной прательности для обеспечения полноценной социальной и професси
уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности ужет. поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности ужет. поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной деятельности уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности умест: поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности умест: поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владест: умением поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владест: умением поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной социальной и профессиональной деятельности Умест: поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности умест: поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности умест: поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной деятельности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной перетовым для
уровень физической подтоговленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности УК-7.2. Умеет использовать далные технологии в социальной и профессиональной профессиональной и профессиональной и профессиональной деятельности уК-7.3. Владеет должным уровень физической подтоговленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности уК-7.3. Владеет должным уровень физической подтоговленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности убучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: как поддерживать должный уровень физической подтоговленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности умеет: поддерживать должный уровень физической подтоговленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности умеет: поддерживать должный уровень физической подтоговленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Повышенный уровень физической подтоговленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Повышенный уровень физической подтоговленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности умеет: поддерживать должный уровень физической подтоговленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности умеет: поддерживать должный уровень физической подтоговленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности умеет: поддерживать должный уровень физической подтоговленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной подтоговленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной подтоговленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной подтоговленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной подтоговленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной подтоговленности для об
подготовлени деятельности уК7.2. Умеет поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности убеспечения подготовленности для обеспечения подпоценной социальной и профессиональной деятельности умеет поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности умеет поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и
подготовленн ости для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности уК.7.2. Умеет использовать данные технологии в технологии в профессиональной и профессиональной деятельности уУК.7.3. Владеет должным уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет; умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Повышенный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Повышенный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной профессиональной и профе
ости для обеспечения использовать данные технологии в социальной и профессиональной и профессиональной и деятельности уК-7.3. Владеет должным уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности уК-7.3. Владеет должным уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности высокий уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности умеет: поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности умеет: поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценным социальной и профессиональной и профессиональной профессиональной профессиональной и проф
обеспечения полноценной технологии в технологии в профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной деятельности УК-7.3. Владеет должным уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности убровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (загруднениями): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умест: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной полноты и точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной полноты и точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности умест: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной полноценной социальной и профессиональной полноценной социальной и профессиональной полноценной социальной и профессиональной полноценной социальной и профессиональной и профессиональной полноценной социальной и профессиональной полноценной социальной и профессиональной и профессиональной деятельности для обеспечения полноценно
полноценной социальной и профессиональной деятельности профессиональной и профессиональной деятельности уук-7.3. Владеет должным уровнем физической подготовленности нодготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности нодготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности нодготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной деятельности нодготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной деятельности нодготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности нодготовленности для обеспечения полноценной социальной профессиональной деятельности нодготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности нодготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности нодготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной нодготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной нодготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной нодготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной нодготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной нодготовленности для обеспечения полноценной социальной на профессиональной на представление на представление на представление на представлен
социальной и профессиональной профессиональной деятельности уК-7.3. Владест умением поддерживать должный уровень физической подготовленности и обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и обеспечения поддерживать должный уровень физической подготовленности и обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владест: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной полтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности владест умением подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владест: умением подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности владест: умением подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности владест: умением подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной деятельности владест: умением подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиона
профессиональной деятельности УК-7 3. Владеет должным уровень физической подготовленности иля обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности умеет: поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подтотовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Имет к к поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной социальной и профессиональной и профессионально
ровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Высокий уровень физической подготовленности (затруднениями): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Повыщенный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной деятельности Повыщенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной сициальной и профессиональной сициальной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и професси
реятельности УК-7.3. Владеет должным уровнем физической подготовленности Высский уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности У мест: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной и профессиональной деятельности Умест: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной профессиональной деятельности для обеспечения полноценной социальной профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной профессиональной деятельности владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
физической подготовленности Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной деятельности Новышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (двободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспеченноги профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и п
физической подготовленности Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной деятельности Новышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (двободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспеченноги профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и п
подготовленности обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной деятельности Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспеченной подпотовленности для обеспеченной подпотовленности для обеспеченноги пля обеспече
(затруднениями): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной деятельности Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной и профессиональной деятельности Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональн
полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и
деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профе
полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и
деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессио
Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и про
уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональноти Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и профессиональной и
обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
профессиональной деятельности Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной и профессиональной социальной и
точности (свободно): Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной и профессиональной и
Знает: как поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
полноценной социальной и профессиональной деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
деятельности Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Умеет: поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
полноценной социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
социальной и профессиональной деятельности Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Владеет: умением поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
профессиональной деятельности
создавать и возможные угрозы обучающийся слабо (частично): нный
поддерживать в для жизни и здоровья Знает: как создавать и поддерживать экзамен
повседневной человека, в том числе безопасные условия жизнедеятельности, в том Выпускная
жизни и в при возникновении числе при возникновении чрезвычайных квалификац
профессиональ чрезвычайных ситуаций ионная
ной ситуаций. Умеет: создавать и поддерживать безопасные работа
деятельности УК-8.2. Понимает условия жизнедеятельности, в том числе при
безопасные принципы создания и возникновении чрезвычайных ситуаций
условия поддержания Владеет: умением создавать и поддерживать

жизнедеятельно		безопасных условий	безопасные условия жизнедеятельности, в том	
сти для		жизнедеятельности, в	числе при возникновении чрезвычайных	
сохранения		том числе при	ситуаций	
природной		возникновении	Высокий уровень	
среды,		чрезвычайных	обучающийся с незначительными ошибками	
обеспечения		ситуаций.	(затруднениями):	
устойчивого		УК-8.3. Анализирует	Знает: как создавать и поддерживать	
развития		факторы вредного	безопасные условия жизнедеятельности, в том	
общества, в том		влияния элементов	числе при возникновении чрезвычайных	
числе при		среды обитания	ситуаций	
угрозе и		(технических средств,	Умеет: создавать и поддерживать безопасные	
возникновении		технологических	условия жизнедеятельности, в том числе при	
чрезвычайных		процессов,	возникновении чрезвычайных ситуаций	
ситуаций и		материалов, зданий и	Владеет: умением создавать и поддерживать	
военных		сооружений,	безопасные условия жизнедеятельности, в том	
конфликтов		природных и	числе при возникновении чрезвычайных	
		социальных явлений).	ситуаций	
		УК-8.4. Разъясняет	Повышенный уровень	
		правила поведения	обучающийся с требуемой степенью полноты и	
		при возникновении	точности (свободно):	
		чрезвычайных	`	
		ситуаций природного	Знает: как создавать и поддерживать	
		и техногенного	безопасные условия жизнедеятельности, в том	
		происхождения;	числе при возникновении чрезвычайных	
		оказывает первую	ситуаций	
		помощь, описывает	Умеет: создавать и поддерживать безопасные	
		способы участия в	условия жизнедеятельности, в том числе при	
		восстановительных	возникновении чрезвычайных ситуаций	
		мероприятиях.	Владеет: умением создавать и поддерживать	
			безопасные условия жизнедеятельности, в том	
			числе при возникновении чрезвычайных	
			ситуаций	
Способен	УК-9	УК-9.1. Знает	Пороговый уровень	Государстве
принимать		закономерности	обучающийся слабо (частично):	нный
обоснованные		функционирования	Знает: закономерности функционирования	экзамен
экономически		современной	современной экономики на макро – и	Выпускная
е решения в		экономики на макро-	микроуровне, основные особенности ведущих	квалификац
различных		и микроуровне,	школ и направлений экономической науки	-
областях		основные	Умеет: анализировать во взаимосвязи	ионная
жизнедеятель		особенности	экономические явления, процессы и институты	работа
ности				
1100111				
		ведущих школ и	на микро- и макроуровне	
		ведущих школ и направлений	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения	
		ведущих школ и направлений экономической науки	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями):	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро-	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микрои макроуровне	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микрои макроуровне УК-9.3 Имеет	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки Умеет: анализировать во взаимосвязи	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микрои макроуровне УК-9.3 Имеет практический опыт	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки Умеет: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микрои макроуровне УК-9.3 Имеет практический опыт применения	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки Умеет: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микрои макроуровне УК-9.3 Имеет практический опыт применения методологии	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки Умеет: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микрои макроуровне УК-9.3 Имеет практический опыт применения методологии экономического	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки Умеет: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микрои макроуровне УК-9.3 Имеет практический опыт применения методологии	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки Умеет: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Повышенный уровень	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микрои макроуровне УК-9.3 Имеет практический опыт применения методологии экономического	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки Умеет: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микрои макроуровне УК-9.3 Имеет практический опыт применения методологии экономического	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования <u>Высокий уровень</u> обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро — и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки Умеет: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования <u>Повышенный уровень</u> обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно):	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микрои макроуровне УК-9.3 Имеет практический опыт применения методологии экономического	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования <u>Высокий уровень</u> обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро — и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки Умеет: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования <u>Повышенный уровень</u> обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: закономерности функционирования	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микрои макроуровне УК-9.3 Имеет практический опыт применения методологии экономического	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки Умеет: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микрои макроуровне УК-9.3 Имеет практический опыт применения методологии экономического	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки Умеет: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микрои макроуровне УК-9.3 Имеет практический опыт применения методологии экономического	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки Умеет: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микрои макроуровне УК-9.3 Имеет практический опыт применения методологии экономического	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки Умеет: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки Умеет: анализировать во взаимосвязи	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микрои макроуровне УК-9.3 Имеет практический опыт применения методологии экономического	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки Умеет: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки Умеет: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты	
		ведущих школ и направлений экономической науки УК-9.2 Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микрои макроуровне УК-9.3 Имеет практический опыт применения методологии экономического	на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки Умеет: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне Владеет: навыками практического применения методологии экономического исследования Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: закономерности функционирования современной экономики на макро – и микроуровне, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки Умеет: анализировать во взаимосвязи	

			методологии экономического исследования	
Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционн ому поведению	YK-10	УК-10.1. Знает основные нормативные правовые документы. УК-10.2. Знает основные признаки коррупционного поведения, правила и способы противодействия. УК-10.3. Способен обоснованно аргументировать неприемлемость коррупционного поведения в профессиональной деятельности.	Пороговый уровень обучающийся слабо (частично): Знает: основные нормативные правовые документы Умеет: использовать правомерные способы решения задач в социальной и профессиональной сферах Владеет: практическим опытом анализа правовых последствий коррупционной деятельности, в том числе собственных действий или бездействий Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: основные нормативные правовые документы Умеет: использовать правомерные способы решения задач в социальной и профессиональной сферах Владеет: практическим опытом анализа правовых последствий коррупционной деятельности, в том числе собственных действий или бездействий Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: основные нормативные правовые документы Умеет: использовать правомерные способы решения задач в социальной и профессиональной сферах Владеет: практическим опытом анализа правовых последствий коррупционной деятельности, в том числе собственных действий или бездействий	Государстве нный экзамен Выпускная квалификац ионная работа
Способен создавать востребованн ые обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукт ы, и (или) коммуникаци онные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностям и иных знаковых систем	ОПК-1	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и(или) медиапродуктов, и (или)коммуникацион ных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или)иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Пороговый уровень обучающийся слабо (частично): Знает: как осуществлять эффективную коммуникацию в мультикультурной профессиональной среде на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) на основе применения понятийного аппарата по профилю деятельности Умеет: создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем Владеет: навыком подготовки востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: как осуществлять эффективную коммуникацию в мультикультурной профессиональной среде на государственном языке Российской Федерации и	Государство нный экзамен Выпускная квалификац ионная работа

			иностранном(ых) языке(ах) на основе применения понятийного аппарата по профилю деятельности Умеет: создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем Владеет: навыком подготовки востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем	
			Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: как осуществлять эффективную коммуникацию в мультикультурной профессиональной среде на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) на основе применения понятийного аппарата по профилю деятельности Умеет: создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем	
	OHIC 2		Владеет: навыком подготовки востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем	
Способен учитывать тенденции развития общественны х и государствен ных институтов для их разносторонн его освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродукт ов, и (или) коммуникаци онных продуктах	ОПК-2	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	Пороговый уровень обучающийся слабо (частично): Знает: тенденции развития общественных и государственных и нститутов; Умеет: выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов; учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов; Владеет: учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктах Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: тенденции развития общественных и государственных институтов; Умеет: выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов; учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов Владеет: учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктах	Государстве нный экзамен Выпускная квалификац ионная работа

Посударственных и псударственных и посударственных и посударственных и посударственных и псударственных и псил медицировать достажения отчественный и имровой культуры и процессе создания медициского и (псил) медициродутков, и псил) медициродутков, и (псил) медицирод		1	ı		
точенственных и псеударственных и институтов; Знает темецании реавития общественных и псеударственных и институтов; учитывать темецании развития общественных и государственных и институтов; учитывать темецании развития общественных и государственных и псеударственных и псеударственный и продуктов и псем тем тем сертарственных и псеударственных институтов дажения продуктов и псил усметь продуктов и псил усметных продуктов и псил усметных продуктов и					
Вышет тенденции развития общественных и государственных институтов; мумстт выявлять тенденции развития общественных и посударственных и продуктов, и (или) медиапродуктов, и (или) медиапродуктов и процессе создания медиатесктов и (или) медиапродуктов и (или) медиапродуктов, и или процессе создания медиатесктов и (или) медиапродуктов, и (или) медиапродуктов, и (ил					
тосударственных институтов; уметывать тещение развития общественных и государственных институтов; учитывать тещение развития общественных и государственных институтов; Вадаст учитывать тещение развития общественных и государственных институтов; Вадаст учитывать тещение развития общественных и государственных институтов; Вадаст учитывать тещение развития общественного и для их разпостороннего оспецения в дописателного и для их разпостороннего оспецения в дописателного и для их разпостороннего оспецению и дродустах (ПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а пакже средства удожественной и мировой культуры, а пакже средства и (пил медиатродустов) и (пал коммуникационных процессе создания медиателественной и мировой культуры, а пакже средства и (пил медиатродустов) и (пал коммуникационных продустов) и (пал коммуникационных про					
Умет: выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов; учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов; достижений общественных и государственных институтов для их разроственных институтов для и использовать институтов для их разроственных и из разроственных и из разроственных и информациональных информационах информационах институтов для институты для					
общественных и государственных институтов, учитывать тенцении равития общественных и государственных институтов дая их размостроннего общественного и мериапродуктов, и (или) мениапродуктов, и (или коммуникационных продуктов, и (или) мениапродуктов, и (или) мениапродукт					
учитивать тепденции развития общественных и посударственных испетнутов; Вавдест учитывать тепденции развития общественных и посударственных институтов для их разностороннего освещения в составляемых медиателестах и (ции) медиапродуктов, и (ции) коммуникационных продуктах (провоб культуры в процессе осращня медиателестов и (ции) мировой культуры в процессе создания медиателестов и (ции) медиапродуктов) и (ции) медиапродуктов и (ции) м					
и государственных институтов; Владает учитывыть теледении развития общественных и государственных институтов для их размостороннего освещения в достижений отвечественного и мирового культуры в процессе отдетвенной и мировой культуры в процессе отдетвенной и мировой культуры, а также средства учутов, и (или) медиапродуктов, и (или медиапродуктов, и (или медиапродуктов, и (или) медиапродуктов, и (или) медиапродуктов, и (или) медиапродуктов, и (или медиапродуктов, и (или медиапродуктов, и (или) медиапродукт					
Валадест: учитывать тецленции развития общественных и годударственных институтов для их разпостороннего освещения в продустов, и (или) коммуникационных продуктов в процессе общественного и мировой культуры в процессе общественного и мировой культуры, а также средства и коммуникационных продуктов и (или) коммуникационных продуктов в протессе общественного и мировой культуры, а также средства и коммуникационных продуктов и процессе общественного и мировой культуры, а также средства и коммуникационных продуктов и протессе создавия медиателестов и мировой культуры, а также средства и коммуникационных продуктов и протессе создавия медиателестов и мировой культуры в протессе создавия медиателестов и мировой культуры					
ОПК-3 I. Демонстрирует кругозор в сфере опечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или медиапродуктов). И (или медиапродуктов и (или медиапродуктов). И (или) медиапродуктов. И или медиапродуктов.					
Повобен содаваемых жедаятскстких и (вли) медиапродуктов, и (вли) коммуникационных продуктов и сфере отчественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (вли) медиапродуктов, и (вли) коммуникационных продуктов и сфере отчественной и мировой культуры в процессе создания отчественной и мировой культуры, а также средства художественной и мировой культуры, а также средства художественной и мировой культуры, а также средства художественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов в процессе создания келятекстов и (вли) медиапродуктов и (вли) медиапродуктов, и (вли) коммуникационных продуктов в процессе создания медиатекстов и (вли) медиапродуктов, и (вли) коммуникационных продуктов и (вли) медиапродуктов, и (вли) коммуникационных продуктов и (вли) медиапродуктов, и (вли) коммуникационных продуктов и (вли) медиапродуктов, и (вли) медиательстви и медиательстви и медиательстви и медиательстви и медиательстви				1	
Способен использовать многообразие достижений отечественной и мирового культуры в процессе создания медматекстов и (или медмагродуктов). В (или) медмагродуктов и имрового культуры в процессе создания медматекстов и (или медмагродуктов) процесса обинах в достижения отечественной и мирового культуры в процессе создания медмагродуктов и имрового культуры в процессе создания медмагродуктов медмагродуктов медмагродуктов медмагродуктов медмагродуктов медмагродуктов и продуктов медмагродуктов медмагродуктов медмагродуктов медмагродуктов и продуктов медмагродуктов медмагродуктов медмагродуктов медмагродуктов медмагродуктов медмагродуктов и связей с общественногью и имрового культуры, а также средства художественной и мировой культуры, а процессе создания продуктов медмагродуктов и продуктов и продуктов медмагродуктов и продуктов и п					
Способен спользовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания недатежетов и (или) медмапродуктов и (или) медмапродуктов и (или) медмапродуктов, и (или) медмапродуктов в процессе создания техкото рекламы и связей с общественностью инбых продуктов общественностью инбых продуктов общественностью инбых продуктов общественностью информациальных продуктов информациальных продуктов в процессе создания техкото рекламы и связей с общественностью инбых продуктов общественностью информациальных продуктов ин					
Пособен колользовать многообразив достижений отечественной и мировой культуры в процессе оздания медиатекстов и (или медиатродуктов и имровой культуры в процессе создания медиатекстов и (или медиатродуктов и имровой культуры в процессе создания медиатекстов и (или медиатродуктов и имровой культуры в процессе создания медиатекстов и (или медиатродуктов и имровой культуры в процессе создания медиатекстов и имровой культуры в процессе создания медиатекстов и имровой культуры в процессе создания медиатекстов и имровой культуры в процессе создания					
Пособен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в обременной и мировой культуры в обременной и мировой культуры в обременной и мировой культуры, а также средства и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или мировой культуры, а также средства и мировой культуры, а также средства и мировой культуры в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) мировой культуры, а также средства коммуникационных продуктов и (или) коммуникационных продуктов и (или) мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) момуникационных продуктов высокий умовень обучающийся с незначительными ошибками (загрудисциями). Знает достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, и (или) коммуникационных продуктов вадестижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов вадест ументельными ошибками (загрудисциями). Знает достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов вадест ументельными опировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов вадестельными отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов вадестельными отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов на процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) медиапро					
Демонстрирует Демонстрирует Кругозор в сфере отечественной и мировой культуры в процессе достижений отечественной и мировой культуры в процессе достижения отечественной и мировой культуры в процессе достижений отечественной и мировой культуры в процессе оздания медиатекстов и (или медиапродуктов), и (или выранительности в процессе оздания медиатекстов и (или выранительности в процессе создания медиатекстов и (или ных комуникационных продуктов) и (или) комуникационных продуктов медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или медиапродуктов, и (или медиапродуктов, и (или медиапродуктов), и (или медиап	Способен	ОПК-3	ОПК-3.1.	* *	Государстве
жругозор в сфере отчественной и отечественной и мировой культуры в процессе отмень и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и сотчественной и мировой культуры, и сплы коммуникационных продуктов, и (или) медиапродуктов, и (или) медиапродуктов, и (или) медиапродуктов, и (или) медиапродуктов, и (или) медиапродуктов и (или) медиапродуктов, и (или) медиапро		om s			
отечественного и мирового культуры в процессе создания медиагекстов и (или) коммуникационных продуктов, и (или коммуникационных продуктов и (или) коммуника					
отечественной происсес отдания и продуктов и имировой культуры в процесе оздания и текстов рекламы и продуктов в общественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процесе оздания и текстов рекламы и текстов рекламы и продуктов в общественностью и(или) иных коммуникационных продуктов. Вагдеет: умением использовать многообразие достижения отечественной и мировой культуры в процесе оздания медиагродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Вагдет умением использовать многообразие достижения отечественной и мировой культуры в процесе оздания медиагекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Васский укровень обучающейся с незначительными опшибками (ядгуранециями): Знаст достижения отечественной и мировой культуры в процесе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; умест запализировать достижения отечественной и мировой культуры в процесе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) медиапродукт					0 - 1 - 0 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 -
й и мировой культуры в отчественной и мировой культуры; положуютов и (или медматежетов и (или недавления) и продуктов и п					
культуры в процессе оздания медиатекстов и (или медиапродуктов) и (или коммуникационных продуктов. Высокий уровень образовать многообразие достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания продуктов и продуктов в продуктов. Умест занализировать достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания продуктов и продуктов в процессе создания продуктов и продуктов. Умест занализировать достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания продуктов и (или) милах коммуникационных продуктов. Высокий уровень обучающейся с незначительными ошибками (яли) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками умест занализировать достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) медиапродуктов и (или)					
процессе создания медиатекстов и или мировой культуры; а отечественной и мировой культуры; а отечественной и мировой культуры; обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями); знает: достижений отечественной и мировой культуры в процесе создания продуктов обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями); знает: достижения отечественной и мировой культуры в процесе создания медиатекстов и (или) коммуникационных продуктов и (или) коммуникационных продуктов. Обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями); знает: достижения отечественной и мировой культуры в процесе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) медиапродуктов, и (или) медиапродуктов и (или) медиапродуктов и (или) медиапродуктов, и (или) медиапродуктов и (или) медиапродуктов, и (или) медиапродуктов и (или) м	-				
оздания меднатекстов и (или меднапродуктов), и (или выразительности в продессе создания меднатекстов и (или) коммуникаци онных продуктов общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. Вадеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. Вадеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе общественном и (или) меднапродуктов, и (или) меднапродуктов, и (или) меднапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов высокий уолеень обучающийся с незначительными опибками (затрудненнями): Знает: достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания меднатекстов и (или) меднапродуктов и (или) меднапродуктов и (или) меднапродуктов и (или) меднапродуктов и продуктов и (или) меднапродуктов и (или) меднапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов и (или) меднапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов и инровой культуры в процессе создания меднатекстов и (или) меднапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов и петественной и мировой культуры в процессе создания меднатекстов и (или) меднапродуктов и инровой культуры в процессе создания меднатекстов и (или) меднапродуктов и инровой культуры в процессе создания меднатекстов и (или) меднапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов и или меднатекстов и инровой культуры в процессе создания меднатекстов и (или) ме					pauuta
медиатродуктов и ипровой культуры, а также средства художественной и мировой культуры в процессе создания медиатродуктов и (или) коммуникационных продуктов выразительности в процессе создания и связей с общественностью и(или) иных коммуникационных продуктов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов выделет умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов высокий учровень обучающийся с незначительными ошибками (загруднениями); знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) медиапродуктов, и (или) медиапродуктов высокий учровень обучающийся с незначительными ошибками (загруднениями); отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно); знает: достижений отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, умест: анализировать достижений отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) медиапродуктов, и (или) (или) коммуникационных продуктов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов и (или) медиапродуктов и (или) медиапродуктов и (или) медиапродуктов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов и (или) медиапродуктов	* '		, ,		
и (или жадиапродуктов), и (или коммуникационных продуктов выразительности в пропессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и(или) иных коммуникационных продуктов. Вадает: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Высокий уровець обучающей се незначительными ошибками (затруднениями): Знает: достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) медиапродуктов выдает; умете: анализировать достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) медиапродуктов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов повышейся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, и (или) коммуникационных продуктов, умеет: анализировать достижений отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) жоммуникационных продуктов, умеет: анализировать достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) жоммуникационных продуктов, умеет: анализировать достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) медиапродуктов и (или) медиапродуктов	медиатекстов		мировой культуры, а		
медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов выразительности в процессе создания и связей с общественностью и(или) иных коммуникационных продуктов. Варазительности в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (загруднениями): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, и (или) коммуникационных продуктов, и (или) коммуникационных продуктов; умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов; умеет: анализировать достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов в и (или) коммуникационных продуктов в владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в помунающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры; использовать медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных пр	и (или				
продуктов процессе продуктов продуктов процессе проду	*		-		
онных продуктов связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов; умеет: анализировать достижений отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процесее создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов)	ов), и (или		выразительности в	продуктов	
продуктов связей с общественностью и(или) медиапродуктов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Высокий уговень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов Владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) коммуникационных продуктов; умеет: анализировать достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) коммуникационных продуктов) и (или) коммуникационных продуктов) и (или) коммуникационных продуктов и ицпи) коммуникационных продуктов ицпи) коммуникационных продуктов ицпи) коммуникационных продуктов ицпи) коммуникационных продуктов ицпи) коммуникационных продукт	коммуникаци		процессе создания	Владеет: умением использовать многообразие	
общественностью и(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов Владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов) и (или) коммуникационных продуктов	онных		текстов рекламы и	достижений отечественной и мировой	
коммуникационных продуктов Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов Владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов) и (или) коммуникационных продуктов	продуктов		связей с	культуры в процессе создания медиатекстов и	
высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов Владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов) и (или) коммуникационных продуктов)			,		
продуктов. обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов Владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) медиапродуктов) и (или) медиапродуктов) и (или) медиапродуктов)			и(или) иных		
(затруднениями): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умест: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов Владест: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; Умест: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиапродуктов) и (или) медиапродуктов)			_		
Знаст: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов Владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов Владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требусмой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры; использовать медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов			продуктов.		
культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов Владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиапродуктов) и (или) медиапродуктов) и (или) медиапродуктов)					
(или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов Владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов) и (или) коммуникационных продуктов)					
коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиапродуктов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов Владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатерстов и (или) коммунуктов) и (или) коммуникационных продуктов)					
Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов Владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов) и (или) медиапродуктов)					
отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов Владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов)				1 * *	
использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов Владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов)					
отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов Владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов				1 2 21	
создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов Владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов) и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов					
медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов Владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиапродуктов) и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов)					
продуктов Владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов)					
Владеет: умением использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов					
достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов)					
культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов					
(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов					
коммуникационных продуктов Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов					
Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов					
обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов					
точности (свободно): Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов					
Знает: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов					
культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов					
(или) медиапродуктов), и (или) коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов					
коммуникационных продуктов; Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов					
Умеет: анализировать достижения отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов					
отечественной и мировой культуры; использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов					
использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов					
отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов					
создания медиатекстов и (или) медиапродуктов) и (или) коммуникационных продуктов					
и (или) коммуникационных продуктов					
Владеет: умением использовать многообразие					
, , , , , , , , , , , , , , , , , , ,				Владеет: умением использовать многообразие	

			достижений отечественной и мировой	<u> </u>
			культуры в процессе создания медиатекстов и	
			(или) медиапродуктов, и (или)	
			коммуникационных продуктов	
Способен	ОПК-4	ОПК-4.1. Соотносит	Пороговый уровень	Государстве
	OHK-4		пороговый уровень обучающийся слабо (частично):	нный
отвечать на		социологические	Знает: запросы и потребности общества и	
запросы и		данные с запросами и	знает: запросы и потреоности оощества и аудитории в профессиональной деятельности;	экзамен
потребности		потребностями		Выпускная
общества и		общества и	Умеет: выявлять запросы общества и	квалификац
аудитории в		отдельных	аудитории в профессиональной деятельности;	ионная
профессионал		аудиторных групп	учитывать потребности общества и аудитории	работа
ьной		ОПК-4.2. Использует	в профессиональной деятельности.	
деятельности		основные	Владеет: умением отвечать на запросы и	
		инструменты поиска	потребности общества и аудитории в	
		информации о	профессиональной деятельности	
		текущих запросах и	Высокий уровень	
		потребностях	обучающийся с незначительными ошибками	
		целевых аудиторий /	(затруднениями):	
		групп	Знает: запросы и потребности общества и	
		общественности,	аудитории в профессиональной деятельности;	
		учитывает основные	Умеет: выявлять запросы общества и	
		характеристики	аудитории в профессиональной деятельности;	
		целевой аудитории	учитывать потребности общества и аудитории	
		при создании текстов	в профессиональной деятельности.	
		рекламы и связей с	Владеет: умением отвечать на запросы и	
		общественностью и	потребности общества и аудитории в	
		(или) иных	профессиональной деятельности	
		коммуникационных	Повышенный уровень	
		продуктов	обучающийся с требуемой степенью полноты и	
			точности (свободно):	
			Знает: запросы и потребности общества и	
			аудитории в профессиональной деятельности;	
			Умеет: выявлять запросы общества и	
			аудитории в профессиональной деятельности;	
			учитывать потребности общества и аудитории	
			в профессиональной деятельности.	
			Владеет: умением отвечать на запросы и	
			потребности общества и аудитории в	
			профессиональной деятельности	
Способен	ОПК-5	ОПК-5.1. Знает	Пороговый уровень	Государстве
учитывать в		совокупность	обучающийся слабо (частично):	нный
профессионал		политических,	Знает: тенденции развития	экзамен
ьной		экономических	медиакоммуникационных систем региона,	Выпускная
деятельности		факторов, правовых	страны и мира; политические и экономические	квалификац
тенденции		и этических норм,	механизмы функционирования, правовые и	ионная
развития		регулирующих	этические нормы регулирования региона,	работа
медиакоммун		развитие разных	страны и мира;	-
икационных		медиакоммуникацио	Умеет: выявлять тенденции развития	
систем		нных систем на	медиакоммуникационных систем региона,	
региона,		глобальном,	страны и мира, исходя из политических и	
страны и		национальном и	экономических механизмов их	
мира, исходя		региональном	функционирования, правовых и этических	
ИЗ		уровнях	норм регулирования; учитывать в	
политических		ОПК-5.2.	профессиональной деятельности тенденции	
И		Осуществляет свои	развития медиакоммуникационных систем	
экономически		профессиональные	региона, страны и мира;	
х механизмов		действия в сфере	Владеет: умением учитывать в	
ИХ		рекламы и связей с	профессиональной деятельности тенденции	
функциониро		общественностью с	развития медиакоммуникационных систем	
вания,		учетом специфики	региона, страны и мира, исходя из	
правовых и		коммуникационных	политических и экономических механизмов их	
этических		l	функционирования, правовых и этических	1
норм		процессов и		l l
-		механизмов	норм регулирования	
регулировани		механизмов функционирования	норм регулирования Высокий уровень	
-		механизмов	норм регулирования	

		l	[·	
		нной системы	Знает: тенденции развития	
			медиакоммуникационных систем региона,	
			страны и мира; политические и экономические механизмы функционирования, правовые и	
			этические нормы регулирования региона,	
			страны и мира;	
			Умеет: выявлять тенденции развития	
			медиакоммуникационных систем региона,	
			страны и мира, исходя из политических и	
			экономических механизмов их	
			функционирования, правовых и этических	
			норм регулирования; учитывать в	
			профессиональной деятельности тенденции	
			развития медиакоммуникационных систем	
			региона, страны и мира;	
			Владеет: умением учитывать в	
			профессиональной деятельности тенденции	
			развития медиакоммуникационных систем	
			региона, страны и мира, исходя из	
			политических и экономических механизмов их	
			функционирования, правовых и этических	
			норм регулирования	
			Поручилогия 2 гм от	
			Повышенный уровень	
			обучающийся с требуемой степенью полноты и	
			точности (свободно): Знает: тенденции развития медиакоммуникационных	
			систем региона, страны и мира; политические и	
			экономические механизмы функционирования,	
			правовые и этические нормы регулирования	
			региона, страны и мира;	
			Умеет: выявлять тенденции развития	
			медиакоммуникационных систем региона,	
			страны и мира, исходя из политических и	
			экономических механизмов их	
			функционирования, правовых и этических	
			норм регулирования; учитывать в	
			профессиональной деятельности тенденции	
			развития медиакоммуникационных систем	
			региона, страны и мира;	
			Владеет: умением учитывать в	
			профессиональной деятельности тенденции	
			развития медиакоммуникационных систем	
			региона, страны и мира, исходя из	
			политических и экономических механизмов их	
			функционирования, правовых и этических	
Способен	ОПК-6	ОПК 6.1.Знает	норм регулирования	Га эттап этта
	OHK-0		Пороговый уровень обучающийся слабо (частично):	Государстве
понимать		принципы работы современных	Знает: современные технические средства и	нный
принципы работы		информационных	информационно-коммуникационные	экзамен
современных		технологий при	технологии;	Выпускная
информацион		решении задач	Умеет: использовать в профессиональной	квалификац
ных		профессиональной	деятельности современные технические	ионная
технологий и		деятельности.	средства и информационно-	работа
использовать		ОПК 6.2. Умеет	коммуникационные технологии;	
их для		применять	Владеет: навыками использования	
решения		современные	современных информационных технологий	
задач		информационные	при решении задач профессиональной	
профессионал		технологии для	деятельности.	
ьной		решения задач	Высокий уровень	
i		профессиональной	обучающийся с незначительными ошибками	
деятельности		1 1		
деятельности		деятельности.	(затруднениями):	
деятельности		деятельности. ОПК 6.3. Владеет	Знает: современные технические средства и	
деятельности		деятельности.		

1		1		
		современных	Умеет: использовать в профессиональной	
		информационных	деятельности современные технические	
		технологий при	средства и информационно-	
		решении задач	коммуникационные технологии;	
		профессиональной	Владеет: навыками использования	
		деятельности.	современных информационных технологий	
			при решении задач профессиональной	
			деятельности.	
			<u>Повышенный уровень</u>	
			обучающийся с требуемой степенью полноты и	
			точности (свободно):	
			Знает: современные технические средства и	
			информационно-коммуникационные	
			технологии;	
			Умеет: использовать в профессиональной	
			деятельности современные технические	
			средства и информационно-	
			коммуникационные технологии;	
			Владеет: навыками использования	
			современных информационных технологий	
			при решении задач профессиональной	
			деятельности.	
Способен	ОПК-7	ОПК-7.1. Знает	Пороговый уровень	Государстве
учитывать		цеховые принципы	обучающийся слабо (частично):	нный
эффекты и		социальной	Знает: возможные эффекты и последствия	экзамен
последствия		ответственности,	своей профессиональной деятельности;	Выпускная
своей		типовые эффекты и	принципы создания социальной	квалификац
профессионал		последствия	ответственности;	ионная
ьной		профессиональной	Умеет: прогнозировать эффекты своей	работа
деятельности,		деятельности	профессиональной деятельности; оценивать	1
следуя		ОПК-7.2.	последствия своей профессиональной	
принципам		Осуществляет отбор	деятельности; учитывать принципы	
социальной		информации,	социальной ответственности в своей	
ответственнос		профессиональных	профессиональной деятельности;	
ТИ		средств и приемов	Владеет: умением учитывать эффекты и	
		рекламы и связей с	последствия своей профессиональной	
		общественностью в	деятельности, следуя принципам социальной	
		соответствии с	ответственности	
		принципами	Высокий уровень	
		социальной	обучающийся с незначительными ошибками	
		ответственности и	(затруднениями):	
		этическими нормами,	Знает: возможные эффекты и последствия	
		принятым	своей профессиональной деятельности;	
		профессиональным	принципы создания социальной	
		сообществом	ответственности;	
			Умеет: прогнозировать эффекты своей	
			профессиональной деятельности; оценивать	
			последствия своей профессиональной	
			деятельности; учитывать принципы социальной ответственности в своей	
			профессиональной деятельности;	
			профессиональной деятельности; Владеет: умением учитывать эффекты и	
			последствия своей профессиональной	
			* *	
			деятельности, следуя принципам социальной ответственности	
			Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и	
			ооучающийся с треоуемой степенью полноты и точности (свободно):	
			Знает: возможные эффекты и последствия	
			своей профессиональной деятельности;	
			принципы создания социальной	
			принципы создания социальной ответственности;	
			Умеет: прогнозировать эффекты своей	
			леет. прогнозировать эффекты своеи профессиональной деятельности; оценивать	
			профессиональной деятельности, оценивать последствия своей профессиональной	
			= =	
<u>L</u>	<u> </u>	l .	деятельности; учитывать принципы	

опыта ПК-1		1	T		
Владеет умением учитивать оффессиональной деятельности и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности. Последов предытации коммуникаци				'	
ПК-1					
ПК-1					
ПК-1 д ПК-1 выполняет функционал инсісного мескаждев в рамких гемущей дастельности отдела по рекламе и (или) риз реализации коммуникационного проекта от рекламе и (или) связме с общественностью и (или) риз реализации коммуникационного проекта от рекламе и (или) связме с общественностью и (или) риз реализации коммуникационного проекта от рекламе и (или) связме с общественностью и (или) при реализации коммуникационного граста по рекламе и (или) связме с общественностью и планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратетии ПК-1 3. Участвует в организации внутрения коммуникационной стратетии пКК-1 3. Участвует в организации внутрения коммуникационной стратетии пкероприятий по формарованию корпоративной идеятичности и корпоративной идеятичности и корпоративной идеятичности и корпоративной кулктуры вкампания коммуникационног стратегии вкультуры вкампания коммуникационног стратегии проекта в рекламе и (или) дверативной коммуникационног обращеемые участвов потами странизации коммуникационног отрескаме по рекламе и (или) дверативной коммуникационног отрескаме и связм с общественностью и (или) дверативной коммуникационног отрескаме по связме с общественностью и (или) дверативной коммуникационног отрескаме по связме с общественностью и (или) дверативной коммуникационног отрескаме и (или) дверативной коммуникационног отрескаме и (или) дверативной коммуникационног отрескаме общественностью и (или) дверативной коммуникационног стратегии вадачения участи в орекламе и (или) связме с общественностью и (или) дверативной коммуникационног стратеги враста по рекламе и (или) связме с общественностью и информационные поводы рекламм и связей с общественностью для кампаний с общественностью опитационные поводы реклами и связаме с общественностью опитационные поводы реклами и свезует с общественностью два кампаний и необрательным политичем				* *	
ПК-1				* *	
редилении коммуникаци опното проекта по реждаме и (или) при редилении коммуникационного проекта по реждаме и (или) меет: осуществиять тактическое планирование мероприятий в рамках редилении в размах редилении в ра	Способон	ПУ 1	ПГ 1 1 Виновидот		Голинаратра
Винистиото коммуникации и менеджера в рамках текущей веренамет и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и (или) до размах реализации коммуникационного проекта по рекламе и (или) до размах реализации коммуникационного проекта по рекламе и (или) до размах реализации коммуникационного проекта по рекламе и (или) до размах реализации коммуникационного проекта по рекламе и (или) до		11K-1			* *
мероприятий и проектов и кампаний, проектов и комуникации по рекалье и (или) при реализации комуникационного проекта переждение и (или) при реализации комуникационного проекта переждение и связи с общественностью ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации внутренних передормати по формированию предормати по формированию предормати по формированию комуникации предование мероприятий в рамках реализации комуникационного проекта по рекламе и (или) связим с общественностью о идентичность и комуникации предование мероприятий в рамках техущей реализации комуникационного проекта по рекламе и (или) связим с общественностью о учесте осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках техущей деятельности отдела по формированию комуникации предования комуникационного проектая по рекламе и (или) связим с общественностью о учесте осуществлять тактическое планирования комуникационного проектая по рекламе и (или) связим с общественностью о учесте осуществлять тактическое планирования комуникационного проектая по рекламе и (или) связим с общественностью о учесте осуществлять тактическое планирования комуникационного проекта по рекламе и (или) при реализации комуникационного	-		13		
рекламе и (или) связам с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникационной стратегии ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Участвует в организации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Участвует в организации коммуникационной стратегии пкомуникационной стратегии пкомуникационной стратегии в премотрументий в рамках реализации коммуникационного проекта по рекламе и (или) связам с общественностью и (или) при реализации коммуникационного треста по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникационного треста по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникационного треста по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникационного треста по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникационного треста по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникационного треста по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникационного треста по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникационного треста по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникационного треста по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникации на почисать по прекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникационного полноста по темество по прекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникационного треста по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникации на предеженностью с учетом специфики каналов коммуникации коммуникации на предеженностью с учетом специфики каналов коммуникации. Сти и предежение предежение предеж	*				
режлыний поректами рекламе и (или) при реализации коммуникациюнного порекламе и (или) при реализации коммуникациюнного проекта по рекламе и (или) при реализации коммуникациюнной стратегии прирости по рекламе и преста по рекламе и коммуникациюнной стратегии проекта по рекламе и коммуникаций коммуникаций по общественностью п (или) при реализации коммуникаций в рамках реализации коммуникаций коммуникаций в рамках реализации коммуникационной стратегии преста по рекламе и связям с общественностью и проекта по рекламе и связям с общественностью и проекта по рекламе и связям с общественносты и по формированию коммуникационной стратегии в по формирований культуры в рамках техущей деятельности отдела по рекламе и связям с общественностью и по формирований культуры в рамках гемущей деятельности отдела по рекламе и или реклами и коммуникационной стратегии в по формирований культуры в рамках гемущей деятельности отдела по рекламе и связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникации в рамках реализации коммуникационного трасета по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и и связям с общественностью и общественностью с общественностью и общественностью и общественностью и общественностью и общественностью и общественностью и общественностью общественностью и общесть миросом и общественностью и общественностью и общественностью	•				
поректав и поректавие и (или) проекта по рекламе и связам с общественностью и (или) при рединации коммуникационного проекта по рекламе и связам с общественностью проекта предъижения и проекта по рекламе и связам с общественностью проекта предъижения и проекта по рекламе и связам с общественностью и (или) предъизации коммуникацию пот проекта по рекламе и связам с общественностью и комуринкаций и мероприятий по формированию корпоративной культуры мероприятий в рамках текущей деятельности от проекта по рекламе и связам с общественностью и (или) срязам с общественностью и (или) срязам с общественностью и (или) при реализации коммуникацию пот проекта по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникацию пот проекта по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникацию пот от проекта по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникацию пот стратели в рамках текущей деятельности от стеменностью общественностью и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникацию пот проекта по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникацию пот проекта по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникацию и предътени в рамках реализации коммуникационного подногы предътения в предътенностью общественностью и (или) связям с общественностью и (или) презвати предътения в рамках текущей деятельностью общественностью общественностью общественностью общественностью и (или) презвати предътения в рамках предътенностью и предътения предътения предътения предътенностью и предътения предътения предътенностью предътения предътенностью предътенностью предътения			_	\ \ /	-
общественностью и (визи) при реализации момуликационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации комулункационной стратегии ПК-1.3. Участвует в образивания момулункационной стратегии ПК-1.3. Участвует в образивания момулункационной стратегии ПК-1.3. Участвует в образивания момуликационной стратегии п по формирование мероприятий в вутренных коммуникационной стратегии п момуликационной предвага предваж темущей деятельность от участия в организации в внутренных коммуникационной предваж темущей деятельность от мунистивности и морпоративной культуры мероприятий в рамках темущей деятельность от проекта по рекламе и связям с общественностью и мунистивноги и морпоративной культуры мероприятий в рамках темущей деятельности отдела по образивания коммуникации в выдутренных и момуликационной стратегии владест: навыками участия в организации в выдутренных и момуликационного проекта по рекламе и (или) двязям с общественностью и (или) двязям с общественностью и общественностью с учетом специфики капалов капации коммуникационного проекта по рекламе и (или) двязям с общественностью и общественностью с учетом специфики капалов комуликации и наковощегося мирового и отечественного опыта преизам капалов комуликации и поводы для камилации и проектов и сференственностью опыта проекты и капалов комуликации и имеющегося мирового и отечественного опыта проекты и капалов комуликации и имеющегося мирового и отечественного опыта проекты и капалов комуликации; участ: создавать проекты тексты рекламы и связей с общественностью, специфики участ: создавать проекты тексты рекламы и связей с общественностью, специфики мальной комуликации; участ: создавать проекты тексты рекламы и связей с общественностью для камилый с тексты рекламы и связей с общественностью для камилый с тексты рекламы и связей с общественностью, специфики участ: правиля опитор стеменностью для камилый с тексты рекламы и связей с общественностью для камилый с тексты рекламы и связей с обществ					
общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью и информационные мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии по формированию коммуникации и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной и жорпоративной культуры Коммуникации и мероприятий по формированию корпоративной и жорпоративной культуры Коммуникации и мероприятий по формированию корпоративной и жорпоративной культуры Коммуникации и мероприятий по формированию корпоративной культуры Корпоративной и жорпоративной культуры Корпоративной культуры Коммуникации и мероприятий рамках реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью и (или) при реализации коммуникации и пнутренних и внешних коммуникации и пнутренних и внешних коммуникации и престаме и коммуникации коммуникации коммуникации коммуникации коммуникации и преста по рекламе и связям с общественностью и (или) при реализации коммуникации и преста по рекламе и связям с общественностью и (или) при реализации коммуникации и преста по рекламе и связям с общественностью и (или) при реализации коммуникации и преста по рекламе и связям с общественностью и (или) при реализации коммуникации и прутренних и внешних коммуникации и проекто в общественностью общественностью и (или) при реализации коммуникации и проекто в сфере реклами и связей с общественностью с общественностью и (или) при реализации коммуникации и проекто в сфере реклами и связей с общественностью с общественностью и (или) при реализации коммуникации и проекто в сфере реклами и связей с общественностью и (или) при реализации коммуникации и прутренних и внешних коммуникации и прутренних и внешних коммуникации и проекто в общественностью общественностью и (или) при реализации коммуникации и прутренних и внешних коммуникации и прутренних и внешних коммуникации и проекто в общественностью				*	работа
пределизации видентическое правизации внутренних и видентичности и корпоративной корпоративной культуры ПК-1.2. Создает по рекламе и связя с общественностью проскта по рекламе и связя с общественностью проскта по рекламе и связя с общественностью по проскта по рекламе и связям с общественностью и проскта по рекламе и (или) разращим муникационного проскта по рекламе и связям с общественностью и (или) разращим муникационного проскта по рекламе и (или) разращим муникационного проскта по рекламе и быти и разращим муникационного проскта по рекламе и общественностью и (или) разращим муникационного проскта по рекламе и быти и разращим муникационного проскта по рекламе и связя с общественностью и (или) разращим муникационного проскта по рекламе и быти и разращим муникационного проскта по рекламе и связя с общественностью и править и по рекламе и быти и разращим муникации и разращим муникации и фалософии организации и по разращим муникации и фалософии организации и прави и применет и править и фа	мероприятии			· ·	
режта по реклам е и связям с общественносты прежта по рекламе и связям с общественносты пк. 1.2. Осуществияти по формуникаций и мероприятий по формунорованию коммуникаций и мероприятий по формунорованию культуры Тительность сучетом специфики ваногоственность о общественностью с учетом специфики ваналов коммуникаций и и меношегося мирового и отечественного польта и меношегося подовления по подоты для капалов коммуникации и именошегося подото по отечественного опыта и по общественностью опыта и по общественностью с учегом специфики ваналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта информационные общественностью, применает тообы общественностью, применает по общественностью, применает по общественностью, применает и по общественностью общественностью общественностью общественностью общественностью общественностью с учегом специфики у менет создвать проекты тексты, основы и связей с общественностью общественно			'		
проекта по рекламе и связям с общественностью ПК-1.2.					
Связям с общественностью ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3 Участвует в организации коммуникационной стратегии пуренних мемуникационной пудентичности и коммуникационной компроративной идентичности и корпоративной идентичности и корпоративной культуры ПК-2 преклам и (или) при реализации коммуникационной пудентичности и корпоративной культуры ПК-2 преклам и (или) при реализации коммуникационной пудентичности и корпоративной культуры ПК-2 преклам и связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационной пудентичности и корпоративной культуры ПК-2 преклам и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникации и коммуникации и коммуникации коммуник					
общественностью ПК-1.2. Осуществляет тактическое плавирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Участвует в организации коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной культуры мероприятий дозведенностью и (или) при реализации коммуникационной стратегии Владеет навыками участия в организации коммуникационного прекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного прекламе и (или) при реализации коммуникаций на проекта по рекламе и (или) при реализации коммуникационного прекламе и (или) при реализации коммуникационной стратеги Владеет павыками участия в организации и прекламе и связей с общественностью и (или) при реализации коммуникаций Владеет павыками участия в организации и информационные поводы рекламы и связей с общественностью, специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного повъта имеющегося мирового и отечественного опыта имеющегося мирового и отечественного опыта имеющегося мирового и отечественного опыта проектов в сфере реклами и связей с общественностью день и имеющегося мирового и отечественного опыта правежение и информационные поводы рекламы и связей с общественностью, специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта току и имеющегося мирового и отечественного опыта правежение и информационные поводы дражние и инмеющегося мирового и отечественного опыта транслащим миссии и философии организации целевы тупнам общественностью с обрача					
ПК-1.2					
Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках технущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Участвует в организации коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной и идентичности и корпоративной культуры мероприятий по формированию корпоративной культуры мероприятий рамках техническое планирований коммуникационной стратегии вытренных и внешных коммуникационного прекламе и (или) при реализации коммуникаций на проекта по рекламе и (или) при реализации коммуникаций на проекта по рекламе и (или) при реализации коммуникаций на проекта по рекламе и (или) при реализации коммуникаций на проекта по рекламе и (или) при реализации коммуникаций на проекта по рекламе и (или) при реализации коммуникаций на проекта по рекламе и (или) при реализации коммуникаций (или) проекта по рекламе и (или) при реализации коммуникаций (или) проекта по рекламе и (или) при реализации и ветреньностью и общественностью и (или) при реализации коммуникаций (или) проекта по рекламе и (или) при реализации и коммуникаций (или) проекта по рекламе и (или) при реализации (или) проекта по реклами и внешних коммуникаций (или) проекта по рекламе и (или) проекта по реклами и корпоратизации и и проекта по реклами и внешних коммуникации и и початизации и и проекта по реклами и проекта по реклами и проекта по реклами и проекта по реклами и проекта в собщественностью и проекта по реклами и связей с общественнос			'		
Тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационного проекта по рекламе и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникационной стратетии ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной идентичности и корпоративной культуры мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры мероприятий в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) при реализации коммуникационной стратетии в Валадест навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникационного проекта по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного польоты и точности (свободно): 3 наст орживоний коммуникационной стратетии в Валадест навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью общественностью общественностью общественностью и связей с общественностью и отечественного опыта и менощегося мирового и отечественного опыта и нимеющегося мирового и отечественного опыта и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и наменощегося мирового и отечественного опыта поозда для кампаний и наязей с общественностью одля кампаний и наязей с общественностью для кампаний					
планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационного проекта по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью и (или) при реализации коммуникаций на мероприятий в рамках реализации коммуникаций на проектов и (или) при реализации коммуникаций на мероприятий в рамках гекущей деятельности отдела по общественностью и (или) при реализации коммуникации на проектаме и связям с общественностью и (или) при реализации коммуникации на проектаме и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникации на проектаме и связам с общественностью и (или) при реализации коммуникации и коммуникации и на проектаме и связай с общественностью и (или) при реализации коммуникации и на проектаме и связай с общественностью общественностью и (или) при реализации коммуникации и на проектаме и (или) связам с общественностью и (или) при реализации коммуникации и на проектаме и связай с общественностью общественностью и (или) при реализации коммуникации и на проектаме и связай с общественностью общественностью опыта и нероврати и отечественного по и отечественного по и проектаме и связай с общественностью, специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного попата имеющетося мирового и отечественного по пыта имеющегося мирового и отечественного по пыта проекты рекламы и связей с общественностью для кампаний и имеющегося мирового и отечественного по пыта проекты проекты тексты, основы и связей с общественностью для кампаний и имеющегося мирового и отечественного по пыта прастем неговами и по пыта имеющей святами и места по по пыта имеющем					
реждаме и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью общественностью и проекта по рекламе и связям с общественностью умеет: осуществлять тактическое планирований мероприятий по формированно корпоративной культуры корпоративной культуры корпоративной культуры корпоративной культуры корпоративной культуры корпоративной культуры рамках текущей деятельность общественностью и (или) при реализации коммуникации поности (коросано): 3 маст: функционал лицейного менеджера в рамках текущей деятельность общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационной стратегии владеет: павыками участия в организации внутренных и внешных коммуникаций и связей с общественностью с учегом специфики разных типов СМИ и и менощегося мирового и отечественного опыта и меношегося мирового и отечественного опыта и меношегося мирового и отечественного опыта и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет и пероменты транделяции миссии и философии организации и меношегося мирового и отечественного по пыта транделяции миссии и философии организации и имеющегося мирового и отечественного по пыта и поректов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и намеющегося мирового и отечественного по пыта транделяции миссии и философии организации и менени применяет инструменты транделяции миссии и философии организации и пелевым группам общественности в офлайи и онлайи среде выский упровень общественносты в офлайи и онлайи среде выский упровень общественностью общественностью опыта трандельными ошибками					
рамках реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью умест: осуществлять тактическое планировании коммуникационной стратегии внутренних и внешных коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью умест: осуществлять тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии внутренних и внешных коммуникационного проекта по рекламе и (или) связям с общественьото полноты и точности (евободно): 3 нает: функционал линейного менеджера в рамках греализации коммуникационного проекта по рекламе и (или) при реализации коммуникационной стратегии внутренних и внешных коммуникационного проекта по рекламе и (или) связям с общественьостью и (или) при реализации коммуникационной стратегии внутренних и внешных коммуникационного проекта по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационной стратегии внутренних и момуникационного полноты и точности (евободно): 3 нает: функционал линейного менеджера в рамках реализации коммуникационного проекта по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникации 10 наменный уковень обучающийся с свебодно): 3 нает: функционнал линейного менеджера в рамках реализации коммуникации в наутренних и внешних коммуникационного проекта по рекламе и (или) связям с общественностью и связям с общественностью и связям с общественностью и связам с общественностью и произации и имеющегося мирового и отечественного опыта: 11 на произации коммуникации и коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; общественностью, применяет инструменты транеля общественности в офлайн и онменений общественности в офлайн и имеющегося мирового и отечественного потечественного потечественного опыта; общественностью, применяет породожная и связай с общественностью, применяет породожная и связай с общественностью опыта; общественностью и проекты тексты рекламы и связай с общественностью, опыта и проекты тексты рекламы и связай с общественностью, общественностью			*		
ПК-2 ПК-2 Способен общественностью сучетом специфики специф					
общественностью умет: осуществлять тактическое планирований мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной идентичностью общественностью умеет: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационного проекта по рекламе и связей с общественностью умеет: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационного проекта по рекламе и связей с общественностью обчастично): Знает: правила подготовки сценариев обучающийся слабо (частично): Знает: правила подготовки сценариев и связей с общественностью, слещифики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опъта проектов в сферерскламы и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опьта породы для кампаний и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опьта породы для кампаний и немеронративности в офлайн и оньта проектов в сферерскламы и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечествено опьта; владеет: умением применяет инструменты и пелевым общественности в офлайн и оннай среде рекламы и связей с общественности и офлайн и оннайнителья породы применяет торческие решения общественности в офлайн и оннайнительными ошибками				\ / 1 1	
ПК-1.3. Участвует в организации внутренних и внутренних и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры Валадеет: навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций нободнов: Знает: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (дви) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и (дви) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проектаме и (дви) связям с общественностью и обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (дви) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проектаме и (дви) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проектаме и (дви) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникации внутренних и внешних коммуникации внутренных и внешних коммуникации внутремень обучающийся с общественностью, специальных событий и мероприятий для реалимной провот и отечественного опыта внагительными ошибками внаглов коммуникации и инкопцетовя мирового и отечественного опыта; владеет: умением применяет инструменты трансляции и институтельными ошибками внагительными ошибками внаговень обучающийся с незначительными ошибками			-	*	
организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры к					
Внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной идентичности и корпоративной идентичности и корпоративной культуры рамках текущей деятельностью и или реализации коммуникационного проекламе и (шли) при реализации коммуникационного проекламе и (шли) при реализации коммуникационного проекламе и (шли) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекламе и связям с общественностью и общественностью умеет; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии Владеет; навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникационной стратегии Владеет; навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций и проекламе и связей с общественностью, сучетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного и отечественного и отечественного и отечественного и проектов в сферерекламы и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации; умеет; создавать проекты тексты, основы и связей с общественностью, специфики каналов коммуникации; умеет; создавать проекты тексты, основы и связей с общественностью, опыта и проектов в сферерекламы и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного пыта; Владеет; умением применяет инструменты трансляции миссии и философии организации инеовытелься общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и инеофирового и отечественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и инеофирового и отечественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и инеофирового и отечественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и инеофирового и отечественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и инеофирового и отечественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и общественностью для кампаний с учетом специфики и инеофирового и отечественностью для кампаний с учетом специ			_		
Коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной идентичности и корпоративной культуры Кул			-		
Мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры Мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры Меропративной стратегии владеет: навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникационной стратегии Владеет: навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникации него вназами с веззам с общественностью с специальных событий и мероприятий для каналов коммуникации и связей с общественностью, специфики каналов коммуникации и инеющегося мирового и отечественного опыта и связей с общественностью, применяет информационные поводы рекламы и связей с общественностью для кампаний с исвета с общественностью для кампаний и просктов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний с инеощегося мирового и отечественного опыта; Владеет; умением применяет инструменты тредеными информационные поводы рекламы и связей с общественностью для кампаний с инеофинорационные поводы драст ументы просктов мирового и отечественностью опыта владеет; умением применяет инструменты инеофинорационные поводы и оназами и оназами и связей с общественностью для кампаний и просктов в сференти нетомосфин организации и инеофинорации и оназами и связей с общественно					
формированию корпоративной илентичности и корпоративной илентичности и корпоративной илентичности и корпоративной культуры культуры рекламе и (или) связи с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационной стратегии Владеет: навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникации внутренних и внешних коммуникации и связей с общественностью с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и проектов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет пворческие решения правила общественности в офлайи и имеющегося мирового и отечественного опыта в пректамы и связей с общественностью для кампаний с имеющегося мирового и отечественного опыта в поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний и проектов					
корпоративной идентичности и корпоративной идентичности и корпоративной культуры испециентальных тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационного проекта по рекламе и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связей с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью умеет: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии Владеет: навыками участия в организации и внешних коммуникаций и проектамы и связей с общественностью с общественностью с общественностью с общественностью с общественностью с общественностью и имеющегося мирового и отечественного опыта и имеющегося мирового и отечественного опыта и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет пворческие решения обучающийся с лабо (частично): отечественного опыта и связей с общественностью, специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний с и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью применяет пворческие решения обучающийся с незначительными ошибками					
идентичности и корпоративной культуры знает: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью умеет: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии Владеет: навыками участия в организации внутрениих и внешних коммуникации и исавзей с общественностью, специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; вадеет: умением применяет инструменты транслящим внутрениих внутрениих и функационные поводы рекламы и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; вадеет: умением применяет инструменты транслящим внутремень применяет инструменты инструменты инструменты инструменты инструменты инструменты инструменты инструменты инструменты					
корпоративной культуры					
культуры рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью Умеет: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации внутренних и внешних коммуникации Владеет: навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникации Владеет: навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникации Владеет: навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникации и связей с общественностью с общественностью с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественног о опыта и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет информационные поводы для кампаний владеет: учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения обучающийся с незначительными ошибками					
рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью общественностью с общественностью с учетом специфики разных типов СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-2.2. Создает имформационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью опыта поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью опыта творческие решения творческие решения обучающийся с незначительными ошибками					
ПК-2 ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью учетом специфики разных типов СМИ и имеющегося мирового и поводы дря кампаний о опыта ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний о опыта Пк-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сферерекламы и связей с общественностью, применяет пороческие решения проческие решения проческие решения пороческие решения проческие решения проческие решения промень с незначительными ошибками правных проческие решения проческие решения проческие решения проческие решения проческие решения променяет пороческие решения промень порожная проческие решения проческие решения промень порожная проческие решения промень поводы рекламы и связей с общественносты в офлайн и оннайн среде выский уровень обучающийся с незначительными ошибками прожнам с незначительными ошибками прожнам промень порожнам промень порожнам промень порожнам промень порожнам проческом промень порожнам промень промень порожнам промень проме			3 31		
ПК-2 ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов Коммуникации и миеющегося мирового и отечественного опыта проектов в сфере рекламы и проектов в сфере рекламы и проектов в сфере применяет творческие решения конами и проектов в сфере применяет творческие решения побучающийся с незначительными ошибками общественностью с общественностью, применяет творческие решения побучающийся с незначительными ошибками опадаты подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или РR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфики каналов коммуникации; умеет: создавать проекты тексты, основы сценариев, информационные поводы рекламы и связей с общественностью для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью для кампаний онлайн среде высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками					
общественностью умеет: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии Владеет: навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций Способен осуществлять авторскую деятельность с сучетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта Имеющегося мирового и отечественног о опыта опыта общественностью с учетом специфики и имеющегося мирового и отечественног о опыта общественностью, специфику каналов коммуникации; Умеет: создавать проекты тексты, основы специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; Владеет: умением применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и опыта опеточно): знает: правила подготовки сценариев обучающийся слабо (частично): знает: правизации исанариев информационые поводы кампаний отечественностью, опыта; правизации ный окамен отечетнос				. , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,	
Умеет: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии Владеет: навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта и имеющегося мирового и отечественного о опыта ПК-2. Создает правила подготовки сценариев обучающийся слабо (частично): Знает: правизации и мероприяти					
Планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии Владеет: навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций ПК-2 ПК-2.1. Создает тексты рекламы и обучающийся слабо (частично): Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта и проектов в сфер рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний с общественностью, применяет творческие решения ПК-2 ПК-2.1. Создает проговый уровень обучающийся с незначительными ошибками ПК-2.1. Создает информационые поводы рекламы и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественног опыта; поводы для кампаний и имеющегося мирового и отечественног общественностью, применяет творческие решения ПК-2.1. Создает информационные поводы рекламы и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественног опыта; поводы для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественног опыта; правляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и облайн уровень обучающийся с незначительными ошибками					
Реализации коммуникационной стратегии Владеет: навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций ПК-2 ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и и отечественного и опыта поводы для кампаний о опыта проектов в сфере рекламы и и проектов в сфере применяет творческие решения поводы для кампаний обучающийся слабо (частично): Знает: правила подготовки сценариев обучающийся слабо (частично): Знает: правила подготовки сценариев обучающийся слабо (частично): Знает: провый уровень обучающийся слабо (частично): Знает: провый гровый среде нный экзамен Выпускная квалификац и оказей с общественностью, специфику каналов коммуникации; Умеет: создавать проекты тексты, основы сценариев, информационные поводы рекламы и исвязей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; Владеет: умением применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками					
ПК-2 ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественног о опыта поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения применяет творческие решения поводы с с незначительными ошибками					
ПК-2 ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественног о опыта ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и отечественног о опыта и проектов в сфере рекламы и отечественностью, применяет творческие решения обучающийся слабо (частично): Знает: правила подготовки сценариев обучающийся слабо (частично): знает: правил стециальный обучающийся слабо (частично): знает: пр					
ПК-2 ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественног о опыта ПК-2.2. Создает ипровето о пыта проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения поручающийся слабо (частично): Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации; Умеет: создавать проекты тексты, основы сценариев, информационные поводы рекламы и связей с общественностью для кампаний и меющегося мирового и отечественного опыта: Владеет: учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; Владеет: умением применяет инструменты применяет творческие решения обучающийся с незначительными ошибками					
осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественног о опыта поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения торучающийся слабо (частично): Знает: правила подготовки сценариев обучающийся слабо (частично): Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламы и и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации; Умеет: создавать проекты тексты, основы сценариев, информационные поводы рекламы и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественног опыта; Владеет: умением применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками	Способен	ПК-2	ПК-2.1. Создает		Государстве
авторскую деятельность с общественностью с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и опыта поводы для кампаний о опыта поводы для кампаний о опыта и проектов в сферерекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения обучающийся с незначительными ошибками общественностью с общественности в офучающийся с незначительными ошибками обыщественно обучающийся с незначительными ошибками обыщественно обычающийся с незначительными ошибками					
деятельность с учетом специфики каналов каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественног опыта общественностью, применяет общественностью опыта общественностью, применяет общественносты общественн					экзамен
с учетом специфики разных типов СМИ и имеющегося мирового и отечественног о пыта поводы для кампаний и проектов в сфере оприменяет творческие решения учетом специфики каналов или и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации; умеет: создавать проекты тексты, основы сценариев, информационные поводы рекламы и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; владеет: умением применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками					
специфики разных типов СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта поводы для кампаний и проектов в сфере применяет творческие решения обучающийся с незначительными ошибками					•
разных типов СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта поводы для кампаний и ипроектов в сфере рекламы и связей с общественности и проектов в сфере применяет творческие решения тобучающийся с незначительными ошибками			*		-
СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта поводы для кампаний и проектов в сфере опыта и связей с общественности и проектов в сфере применяет творческие решения творческие решения поводы и имеющегося мирового и отечественного опыта поводы для кампаний и проектов в сфере применяет творческие решения поводы для кампаний общественности в офлайн и общественностью, применяет творческие решения применяет обучающийся с незначительными ошибками					
других медиа и отечественного опыта и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественног о опыта и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками	*		-		paoora
опыта и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественног опыта и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения и связей с обучающийся с незначительными ошибками			•		
имеющегося мирового и отечественног о опыта информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения применает творческие решения применает обучающийся с незначительными ошибками			опыта		
мирового и отечественног о опыта и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения тиформационные и и философии организации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками	имеющегося		ПК-2.2. Создает		
отечественног о опыта поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет применяет творческие решения владеет: умением применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками					
о опыта и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками	_				
рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения творческие творческие решения обучающийся с незначительными ошибками	о опыта				
общественностью, применяет Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками					
применяет ворческие решения Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками			*		
творческие решения обучающийся с незначительными ошибками					
е разричения провото и разруднениями и провото на примения провото на примения приме			с учетом мирового и	(затруднениями):	

Способен применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	отечественного опыта ПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или РR-кампании ПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде	Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации; Умеет: создавать проекты тексты, основы сценариев, информационные поводы рекламы и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; Владеет: умением применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации;	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	ПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или РК-кампании ПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн	рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации; Умеет: создавать проекты тексты, основы сценариев, информационные поводы рекламы и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; Владеет: умением применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации;	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн	и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации; Умеет: создавать проекты тексты, основы сценариев, информационные поводы рекламы и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; Владеет: умением применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации;	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн	Умеет: создавать проекты тексты, основы сценариев, информационные поводы рекламы и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; Владеет: умением применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации;	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	мероприятий для рекламной или PR-кампании ПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн	сценариев, информационные поводы рекламы и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; Владеет: умением применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации;	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	рекламной или PR- кампании ПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн	и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; Владеет: умением применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации;	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	кампании ПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн	учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; Владеет: умением применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации;	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	ПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн	имеющегося мирового и отечественного опыта; Владеет: умением применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации;	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн	Владеет: умением применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации;	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн	трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации;	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн	целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации;	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	целевым группам общественности в офлайн и онлайн	Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации;	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	общественности в офлайн и онлайн	обучающийся с требуемой степенью полноты и точности (свободно): Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации;	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	офлайн и онлайн	точности (свободно): Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации;	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	*	Знает: правила подготовки сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации;	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	среде	специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации;	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци		рекламной или PR- кампании, текстов рекламы и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации;	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци		и связей с общественностью, специфику каналов коммуникации;	i
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци			
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци		1 77	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци		Умеет: создавать проекты тексты, основы	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци		сценариев, информационные поводы рекламы	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци		и связей с общественностью для кампаний с учетом специфики каналов коммуникации и	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци		имеющегося мирового и отечественного опыта;	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци		Владеет: умением применяет инструменты	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци		трансляции миссии и философии организации	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци		целевым группам общественности в офлайн и	
применять основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци		онлайн среде	
основные технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	ПК-3.1. Использует	Пороговый уровень	Государстве
технологии маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	основные маркетинговые	обучающийся слабо (частично): Знает: основные маркетинговые инструменты	нный
маркетинговы х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	инструменты при	при планировании производства и (или)	экзамен Выпускная
х коммуникаци й при разработке и реализации коммуникаци	планировании	реализации коммуникационного продукта;	квалификац
й при разработке и реализации коммуникаци	производства и (или)	Умеет: осуществлять мониторинг обратной	ионная
разработке и реализации коммуникаци	реализации	связи с разными целевыми группами	работа
реализации коммуникаци	коммуникационного	Владеет: умением организации и выполнения	1
коммуникаци	продукта ПК-3.2. Принимает	маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию	
,	участие в	коммуникационного продукта	
ОННОГО	организации и	Высокий уровень	
продукта	выполнении	обучающийся с незначительными ошибками	
	маркетинговых	(затруднениями):	
	исследований,	Знает: основные маркетинговые инструменты	
	направленных на разработку и	при планировании производства и (или)	
	разраоотку и реализацию	реализации коммуникационного продукта; Умеет: осуществлять мониторинг обратной	
	коммуникационного	связи с разными целевыми группами	
	продукта	Владеет: умением организации и выполнения	
	ПК-3.3.	маркетинговых исследований, направленных	
	Осуществляет	на разработку и реализацию	
	мониторинг	коммуникационного продукта	
	обратной связи с	Повышенный уровень обучающийся с требуемой степенью полноты и	
	разными целевыми группами	точности (свободно):	
	- PJ	Знает: основные маркетинговые инструменты	
		при планировании производства и (или)	
		реализации коммуникационного продукта;	
	ĺ	Умеет: осуществлять мониторинг обратной	
		маркетиптовых исследовании, паправленных	
		на разработку и реализацию	l I
		реализации коммуникационного продукта;	

	TITE 4	THE A.L. TH	п	Б
Способен	ПК-4	ПК-4.1. При	Пороговый уровень	Государстве
применять в профессионал		реализации	обучающийся слабо (частично): Знает: технологии медиарилейшнз и	нный
ьной		коммуникационного продукта использует	медиапланирования, копирайтинга в онлайн и	Экзамен
деятельности		технологии	онлайн среде, основные инструменты	Выпускная
основные		медиарилейшнз и	внутренних коммуникаций; основные	квалификац
технологичес		медиапланирования в	технологии цифровых коммуникаций для	ионная
кие решения,		онлайн и онлайн	подготовки текстов рекламы и (или) связей с	работа
технические		среде	общественностью, реализации	
средства,		ПК-4.2. При	коммуникационного продукта;	
приемы и		подготовке текстов	Умеет: использовать современные технические	
методы		рекламы и (или)	средства и основные технологии цифровых	
онлайн и		связей с	коммуникаций для подготовки текстов	
офлайн		общественностью	рекламы и (или) связей с общественностью,	
коммуникаци		использует основные	реализации коммуникационного продукта	
й		технологии	Владеет: умением применять основные	
		копирайтинга в	технологии организации специальных	
		онлайн и офлайн	мероприятий в работе с различными целевыми	
		среде.	группами	
		ПК-4.3. Применяет	Высокий уровень	
		основные технологии	обучающийся с незначительными ошибками	
		организации	(затруднениями):	
		специальных	Знает: технологии медиарилейшнз и	
		мероприятий в	медиапланирования, копирайтинга в онлайн и	
		работе с различными	онлайн среде, основные инструменты	
		целевыми группами	внутренних коммуникаций; основные	
		ПК-4.4. Участвует в	технологии цифровых коммуникаций для	
		формировании	подготовки текстов рекламы и (или) связей с	
		корпоративной	общественностью, реализации	
		культуры	коммуникационного продукта;	
		организации с	Умеет: использовать современные технические	
		помощью основных	средства и основные технологии цифровых	
		инструментов	коммуникаций для подготовки текстов	
		внутренних	рекламы и (или) связей с общественностью,	
		коммуникаций	реализации коммуникационного продукта	
		ПК-4.5. Использует	Владеет: умением применять основные	
		современные	технологии организации специальных	
		технические средства	мероприятий в работе с различными целевыми	
		и основные	группами	
		технологии	<u>Повышенный уровень</u>	
		цифровых	обучающийся с требуемой степенью полноты и	
		коммуникаций для	точности (свободно):	
		подготовки текстов	Знает: технологии медиарилейшнз и	
		рекламы и (или)	медиапланирования, копирайтинга в онлайн и	
		связей с	онлайн среде, основные инструменты	
		общественностью,	внутренних коммуникаций; основные	
		реализации	технологии цифровых коммуникаций для	
		коммуникационного	подготовки текстов рекламы и (или) связей с	
		продукта	общественностью, реализации	
			коммуникационного продукта;	
			Умеет: использовать современные технические	
			средства и основные технологии цифровых	
			коммуникаций для подготовки текстов	
			рекламы и (или) связей с общественностью,	
			реализации коммуникационного продукта	
			Владеет: умением применять основные	
			технологии организации специальных	
			мероприятий в работе с различными целевыми	
			группами	
Способен	ПК-5	ПК-5.1. Участвует в	Пороговый уровень	Государстве
строить свою		продвижении	обучающийся слабо (частично):	нный
профессионал		социально значимых	Знает: социально значимые ценности	экзамен
ьную		ценностей	средствами связей с общественностью и	Выпускная
деятельность		средствами связей с	рекламы	квалификац
на основе		общественностью и	Умеет: продвигать социально значимые	ионная
принципов		рекламы	ценности средствами связей с	работа
i	j	l .	24	Paccia

OTENLITOCTU				
открытости,		ПК-5.2. При	общественностью и рекламы	
доверия и		подготовке текстов	Владеет: умением при подготовке текстов	
корпоративно		рекламы и связей с	рекламы и связей с общественностью,	
й социальной		общественностью,	разработке и реализации коммуникационного	
ответственнос		разработке и	продукта опираться на принципы открытости и	
ТИ		реализации	корпоративной социальной ответственности	
		коммуникационного	Высокий уровень	
		продукта опирается	обучающийся с незначительными ошибками	
		на принципы	(затруднениями):	
		открытости и	Знает: социально значимые ценности средствами	
		корпоративной	связей с общественностью и рекламы	
		социальной	Умеет: продвигать социально значимые	
		ответственности	ценности средствами связей с	
			общественностью и рекламы	
			Владеет: умением при подготовке текстов	
			рекламы и связей с общественностью,	
			разработке и реализации коммуникационного	
			продукта опираться на принципы открытости и	
			корпоративной социальной ответственности	
			специализации	
			Повышенный уровень	
			обучающийся с требуемой степенью полноты и	
			точности (свободно):	
			Знает: социально значимые ценности	
			средствами связей с общественностью и	
			рекламы	
			Умеет: продвигать социально значимые	
			ценности средствами связей с	
			общественностью и рекламы Владеет: умением при подготовке текстов	
			рекламы и связей с общественностью,	
			разработке и реализации коммуникационного	
			продукта опираться на принципы открытости и	
			корпоративной социальной ответственности	
Способен	ПК-6	ПК-6.1.	Пороговый уровень	Государстве
осуществлять	1111 0	Осуществляет	обучающийся слабо (частично):	нный
редакторскую		редактирование	Знает: языковые нормы, стандарты, формы,	экзамен
деятельность				JRJUNICH
		текстов рекламы и	технологические требования каналов	Выпуския
В		текстов рекламы и связей с	технологические требования каналов трансляции коммуникационного продукта	Выпускная
в соответствии		связей с	трансляции коммуникационного продукта	квалификац
				квалификац ионная
с языковыми		связей с общественностью в соответствии с	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в	квалификац
соответствии с языковыми нормами,		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами,	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов	квалификац ионная
с языковыми		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами,	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами,	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами,		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами,	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами,		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами,	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями,		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологичес		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологичес кими		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологичес кими требованиями		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологичес кими требованиями разных типов		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями):	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологичес кими требованиями разных типов СМИ и		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-6.2.	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: языковые нормы, стандарты, формы,	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологичес кими требованиями разных типов СМИ и		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-6.2. Контролирует соответствие формата	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: языковые нормы, стандарты, формы, технологические требования каналов	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологичес кими требованиями разных типов СМИ и		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-6.2. Контролирует соответствие	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: языковые нормы, стандарты, формы, технологические требования каналов трансляции коммуникационного продукта	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологичес кими требованиями разных типов СМИ и		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-6.2. Контролирует соответствие формата	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: языковые нормы, стандарты, формы, технологические требования каналов трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологичес кими требованиями разных типов СМИ и		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-6.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: языковые нормы, стандарты, формы, технологические требования каналов трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологичес кими требованиями разных типов СМИ и		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-6.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: языковые нормы, стандарты, формы, технологические требования каналов трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами,	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологичес кими требованиями разных типов СМИ и		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-6.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: языковые нормы, стандарты, формы, технологические требования каналов трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологичес кими требованиями разных типов СМИ и		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-6.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: языковые нормы, стандарты, формы, технологические требования каналов трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологичес кими требованиями разных типов СМИ и		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-6.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: языковые нормы, стандарты, формы, технологические требования каналов трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологичес кими требованиями разных типов СМИ и		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-6.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: языковые нормы, стандарты, формы, технологические требования каналов трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологичес кими требованиями разных типов СМИ и		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-6.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: языковые нормы, стандарты, формы, технологические требования каналов трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологичес кими требованиями разных типов СМИ и		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-6.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: языковые нормы, стандарты, формы, технологические требования каналов трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологичес кими требованиями разных типов СМИ и		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-6.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: языковые нормы, стандарты, формы, технологические требования каналов трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала Повышенный уровень	квалификац ионная
соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологичес кими требованиями разных типов СМИ и		связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-6.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции	трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала Высокий уровень обучающийся с незначительными ошибками (затруднениями): Знает: языковые нормы, стандарты, формы, технологические требования каналов трансляции коммуникационного продукта Умеет: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеет: умением контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	квалификац ионная

	I	1		1
			Знает: языковые нормы, стандарты, формы,	
			технологические требования каналов	
			трансляции коммуникационного продукта	
			Умеет: осуществлять редактирование текстов	
			рекламы и связей с общественностью в	
			соответствии с языковыми нормами,	
			стандартами, форматами, технологическими	
			требованиями каналов трансляции	
			коммуникационного продукта	
			Владеет: умением контролировать	
			соответствие формата коммуникационного	
			продукта медиаконцепции канала	
Способен	ПК-7	ПК-7.1. Реализует	Пороговый уровень	Государстве
участвовать в		типовые алгоритмы	обучающийся слабо (частично):	нный
разработке и		проектов и кампаний	Знает: типовые алгоритмы проектов и	экзамен
реализации		в сфере рекламы и	кампаний в сфере рекламы и связей с	Выпускная
индивидуальн		связей с	общественностью	квалификац
ого и (или)		общественностью	Умеет: готовить основные документы по	ионная
коллективног		ПК-7.2. Готовит	сопровождению проекта в сфере рекламы и	работа
о проекта в		основные документы	(или) связей с общественностью	раоота
сфере		по сопровождению	Владеет: умением использовать результаты	
рекламы и		проекта в сфере	исследований для планирования рекламной	
связей с		рекламы и (или)	или PR-кампании при создании	
общественнос		связей с	коммуникационного продукта	
тью		общественностью	Высокий уровень	
		ПК-7.3. Использует	обучающийся с незначительными ошибками	
		результаты	(затруднениями):	
		исследований для	Знает: типовые алгоритмы проектов и	
		планирования	кампаний в сфере рекламы и связей с	
		рекламной или PR-	общественностью	
		кампании при	Умеет: готовить основные документы по	
		создании	сопровождению проекта в сфере рекламы и	
		коммуникационного	(или) связей с общественностью	
		продукта	Владеет: умением использовать результаты	
		продукта	исследований для планирования рекламной	
			или PR-кампании при создании	
			коммуникационного продукта Повышенный уровень	
			обучающийся с требуемой степенью полноты и	
			точности (свободно):	
			Знает: типовые алгоритмы проектов и	
			кампаний в сфере рекламы и связей с	
			общественностью	
			Умеет: готовить основные документы по	
			сопровождению проекта в сфере рекламы и	
			(или) связей с общественностью	
			Владеет: умением использовать результаты	
			исследований для планирования рекламной	
			или PR-кампании при создании	
			коммуникационного продукта	

Выпускники, освоившие ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере (английский язык), должны показать определенный уровень своей готовности решать такие профессиональные задачи, как:

- осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации;
- участие в разработке и реализации индивидуального и(или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;
- продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта;

- участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий;
- продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.

2.2. Дисциплины (модули), входящие в предметную область государственного экзамена

Государственный экзамен проводится в устной форме. Тематика экзаменационных заданий соответствует избранным разделам из различных учебных курсов, формирующих конкретные компетенции («Основы теории коммуникации», «Введение коммуникационные специальности», «Социология рекламы и связей с общественностью», общественностью», «Психология рекламы связей c «Теория медиакоммуникаций», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика и связей с общественностью», «Интегрированные коммуникации», «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе», «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «Основы коммуникационного и культурного менеджмента», «Основы маркетинга», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Современная пресс-«Основы медиапланирования», «Основы антикризисного менеджмента», «Брендинг», «Маркетинговые исследования в коммерческой сфере», «Работа с текстами по связям с общественностью и рекламе в коммерческой сфере», «Реклама и связи с общественностью в сфере производства, торговли и финансов», «Технологии производства рекламного продукта в коммерческом секторе» и др.

2.3. Порядок проведения государственного экзамена

Экзамен проводится в устной форме. Тематика экзаменационных заданий соответствует избранным разделам из учебных курсов, указанных в п. 2.2.

Решение по комплексной оценке результатов государственного экзамена принимается на закрытом заседании простым большинством членов экзаменационной комиссии, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя комиссии. При равном числе голосов председатель комиссии обладает правом решающего голоса. Решение государственной экзаменационной комиссии оформляется протоколом.

3. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

3.1. Типовые контрольно-измерительные материалы (тексты, тесты, вопросы), используемые для оценки результатов освоения образовательной программы

В программу государственного экзамена по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере (английский язык), включены вопросы, которые соответствуют содержанию программ учебных дисциплин, указанных в п. 2.2. настоящей Программы ГИА.

Проверяемые компетенции: УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, УК-7, УК-8, УК-9, УК-10, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7

Примерный перечень вопросов для подготовки к государственному экзамену

- 1. Становление российского рынка рекламы и связей с общественностью.
- 2. Нормативные акты и законы, регулирующие деятельность специалистов по рекламе и связям с общественностью.
- 3. Профессиональная этика специалиста в области рекламы и связей с общественностью.

- 4. Международные и российские PR-ассоциации и кодексы профессионального поведения в области рекламы и паблик рилейшнз.
 - 5. Коммуникативный процесс и его культурная обусловленность.
 - 6. Коммуникативная личность: содержание понятия, модели, типы и критерии.
 - 7. Коммуникации в рекламе и связях с общественностью.
- 8. Массовая коммуникация в ракурсе социологической теории. Основные теоретические направления изучения массовой коммуникации.
 - 9. Социологические исследования звеньев массово-коммуникативного процесса.
- 10. Эволюция представлений взглядов социологов о роли СМК в жизни общества и инливила.
 - 11. Потребительское поведение как предмет социологического анализа.
 - 12. Мотивация, установка и стереотип в процессе массовой коммуникации.
 - 13. Виды психологического воздействия в процессе массовой коммуникации.
- 14. Средства массовой коммуникации в управлении массовыми психологическими процессами.
 - 15. Система средств массовой информации в современной России.
 - 16. Специфика каналов массовой коммуникации.
 - 17. Журналистское творчество как профессиональная деятельность.
- 18. Глобализация как фактор трансформации современного информационно-коммуникативного пространства.
 - 19. Технология подготовки периодического печатного издания.
 - 20. Технологический процесс радио- и телевизионного вещания.
 - 21. Стратегическая роль паблик рилейшнз в системе управления.
 - 22. Стратегии рекламной деятельности.
- 23. Роль связей с общественностью в формировании и управлении общественным мнением.
 - 24. Реклама и связи с общественностью как инструменты формирования имиджа.
 - 25. Планирование и организация PR-кампаний.
 - 26. Планирование и организация рекламных кампаний.
 - 27. Медиарилейшнз в системе связей с общественностью.
 - 28. Средства и методы организации мероприятий связей с общественностью.
- 29. Подразделения по связям с общественностью и рекламе в структуре предприятия. Целесообразность создания отделов.
- 30. Материально-техническое и кадровое обеспечение работы отделов по рекламе и связям с общественностью.
- 31. Сегментирование направлений деятельности отделов рекламы и связей с общественностью.
 - 32. Рекламное и PR-агентство: основы деятельности и менеджмента.
 - 33. Планирование и оценка работы отделов по связям с общественностью и рекламе.
 - 34. Виды и область приложения маркетинговых исследований.
 - 35. Информационные основы маркетингового исследования.
- 36. Источники маркетинговой информации. Первичные и вторичные данные в системе маркетинговой информации.
 - 37. Эксперимент и экспертные оценки в маркетинговом исследовании.
- 38. Опрос как метод маркетингового исследования. Выборка в маркетинговом исследовании.
 - 39. Основные направления в работе российских пресс-служб коммерческих предприятий.
 - 40. Структура и принципы организации современной пресс-службы.
 - 41. Формы и методы работы пресс-службы со СМИ.
- 42. Основные характеристики PR-текстов, подготавливаемых пресс-службой. Устные и письменные PR-тексты.
 - 43. Медиаизмерения и медиаисследования в системе медиапланирования.

- 44. Основные показатели медиапланирования.
- 45. Стратегия и тактика медиапланирования.
- 46. Многообразие кризисов, их классификация и сценарии развития. Роль кризисов в развитии компаний, организаций.
 - 47. Кризис репутации: сущность, причины, механизмы, последствия
 - 48. Принципы и методы организации антикризисного PR.
- 49. Коммуникационный и культурный менеджмент в управлении коммуникациями внутренней и внешней среды организации.
- 50. Коммуникационный и культурный менеджмент в международной деятельности и многонациональных коллективах.
- 51. Работа с персоналом организации в кризисных ситуациях. Роль коммуникационного и культурного менеджмента в прогнозировании и разрешении конфликтов в организации.
 - 52. Брендинг в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
- 53. Идентификационный комплекс в системе брендинга. Понятие торговой марки и фирменного стиля.
- 54. Типология и классификация брендов. Основные этапы планирования и построения бренда.
- 55. Немедийные коммуникации в системе маркетинга предприятий. Классификация BTL-коммуникаций
 - 56. Методы творческого мышления в создании рекламных и PR-текстов.
 - 57. Творческие технологии создания PR-текста.
 - 58. Творческие технологии создания рекламного текста.
 - 59. Специфика создания печатного, аудио- и аудиовизуального рекламного текста.
 - 60. Основные формы рекламно-коммуникативной деятельности в сфере финансов.
- 61. Потребительские и профессиональные коммуникации. Реклама и связи с общественностью в B2C- и B2B-секторе экономики.
 - 62. Реклама и связи с общественностью на рынке труда.
 - 63. Экономическое поведение как основа коммуникации в экономической сфере.
- 64. Информационный менеджмент в структуре управленческой деятельности организации.
 - 65. Формы делового общения.
 - 66. Консалтинг в системе профессиональной поддержки бизнеса.
 - 67. Консалтинг в малом бизнесе.
 - 68. Консалтинговая деятельность и критерии ее эффективности.
 - 69. Технология производства телевизионной рекламы в коммерческом секторе.
 - 70. Технология производства печатной рекламы в коммерческом секторе.
 - 71. Технология производства радиорекламы в коммерческом секторе.
 - 72. Технологии продюсирования аудиовизуальной коммерческой рекламы.

Примерный перечень типовых практических заданий, используемых для оценки результатов освоения ОПОП

1. Условия: ЗАО «Строительная компания «Дружба» распространяло посредством наружной рекламы и радиорекламы сообщение о строительстве и продаже квартир в Подмосковье, однако срок действия рекламного предложения указан не был.

Задание: А) Как можно расценить данную рекламу? Б) Обоснуйте свою точку зрения ссылкой на законодательство.

2. Условия: ЗАО «Сальмон Интернешнл» обратилось в арбитражный суд г. Москвы с иском ЗАО Торговый дом «Перекресток» о взыскании с ответчика убытков, причиненных ненадлежащей рекламой. В обосновании своих исковых требований истец ссылается на то, что ответчик в своем периодическом издании «Ваш Перекресток» опубликовал ненадлежащую рекламу креветок, производимых истцом с использованием товарного знака «Сальмон». В опубликованной рекламе используется фраза «Приплыли», что, по мнению истца, имеет отчетливо выраженный негативный оттенок, порочит деловую репутацию истца,

что повлекло снижение объема продаж: рекламируемой продукции, вследствие чего истцу причинены убытки.

Задание: Оцените обоснованность требований истца в суд.

3. Условия: 27 мая в 23.48 ночи по местному времени во время вылета самолета Airbus A320 авиакомпании «Уральские авиалинии», совершавшего рейс У6-282 Екатеринбург – Хабаровск, произошла авария. Самолет попал в выбоину на взлетно-посадочной полосе, колесо лопнуло, судно выехало за пределы полосы и врезалось в ограждение. Жертв нет, травмы получили 19 человек. В больницах города – 11. Самолет находится в неисправном состоянии. В результате рейс перенесен на 28 мая на 07.40 угра. Пассажиры были встречены представителем авиакомпании "Уральские авиалинии" и желающие скорее улететь были переоформлены на рейс Екатеринбург – Красноярск - Хабаровск, выполняемый другой авиакомпанией.

Задание: А) Опираясь на вышеописанную ситуацию, предложите вариант прессрелиза от компании ОАО «Уральские авиалинии». Б) Опираясь на вышеописанную ситуацию, разработайте последовательную программу антикризисного реагирования ОАО «Уральские авиалинии». В) Опираясь на вышеописанную ситуацию, обоснуйте выбор медийных каналов, с учетом целевых групп антикризисного плана ОАО «Уральские авиалинии». Г) Опираясь на вышеописанную ситуацию, предложите возможный вариант распределения обязанностей сотрудников PR-отдела при реализации антикризисной программы ОАО «Уральские авиалинии».

- 4. Предложите возможности использования тенденций развития российских СМИ для оптимизации деятельности медиарилейшнз коммерческого предприятия.
 - 5. Заполните креативный бриф на разработку коммерческого рекламного продукта.
- 6. Заполните медиабриф в рамках стратегии вывода коммерческого продукта на новый рынок.
- 7. Дайте характеристику предложенного номера газеты с точки зрения стандартов представления информации. Аргументируйте принадлежность типа издания к качественной или массовой прессе.
 - 8. Разработайте рекламную идею и слоган для предложенной коммерческой марки.
- 9. Дайте анализ предложенной сценарной заявки рекламного ролика с точки зрения наличия в ее структуре обязательных компонентов.
 - 10. Выявите тип рекламной стратегии в предложенном печатном модуле.
- 11. Предложите типы рекламных материалов для продвижения имиджа политического лидера.
- 12. Проанализируйте структуру предложенного пресс-релиза. Представьте собственный авторский вариант пресс-релиза, написанный в соответствии с требованиями, предъявляемыми к профессиональным PR-текстам.
- 13. На основе представленного SWOT-анализа внесите предложения по направлениям разработки рекламной и PR-кампании для организации.
- 14. Разработайте план специального мероприятия для НГЛУ. Информационный повод: День открытых дверей для абитуриентов.
- 15. В результате размещения в прессе материалов конкурентов недобросовестного характера снижен имидж предприятия. Предложите ряд мер по корректировке имиджа.
 - 16. Представьте структуру бюджета (по статьям) для вирусной рекламы.
- 17. Представьте план рекламной информационной кампании, обеспечивающей участие организации в международной выставке.
- 18. Разработайте план для пресс-конференции. Информационный повод: выход нового продукта на рынок.
- 19. Необходимо провести рекламную кампанию по выводу новой торговой марки (по выбору студента) на рынок. Предложите рекламный текст для печати: заголовок, слоган и 4-5 предложений основного рекламного текста.

- 20. Предложите оптимальную рекламную стратегию для кампании, производящей дорожную технику и дайте обоснование выбора.
- 21. Сформулируйте миссию, видение и слоган для НГЛУ им. Н.А. Добролюбова. Дайте обоснование своей разработке.
- 22. Дайте анализ информационного повода, структуры и содержания прилагаемого пресс-релиза.
 - 23. Оцените правильность заполнения предложенного медиабрифа.
- 24. Оцените соответствие профессиональным требованиям предложенной сценарной заявки на разработку коммерческого рекламного продукта.

Примерные темы выпускных квалификационных работ

- 1. Связи с общественностью для коммерческих структур.
- 2. Связи с общественностью для банковских структур.
- 3. Коммуникативные технологии в связях с общественностью.
- 4. Письменная коммуникация ее виды и роль в связях с общественностью (на примере деятельности отделов по связям с общественностью коммерческих предприятий).
- 5. Влияние культурных традиций на профессиональную деятельность специалиста по связям с общественностью.
 - 6. Реклама в связях с общественностью.
 - 7. Маркетинговые исследования в связях с общественностью.
 - 8. Исследования в связях с общественностью: виды и технологии.
 - 9. Технологии связей с общественностью в формировании общественного мнения.
- 10. Антикризисные связи с общественностью и их использование в ситуациях экономического кризиса.
 - 11. Перформансная коммуникация, ее место и роль в связях с общественностью.
 - 12. Презентация как перформансная коммуникация.
 - 13. Приемы и методы проведения кампаний в сфере связей с общественностью.
- 14. Сфера деятельности и профессиональные навыки специалиста по связям с общественностью.
 - 15. Проблемы связей с общественностью в условиях двуязычия.
 - 16. Связи с общественностью в системе менеджмента.
 - 17. Роль СМИ в связях с общественностью.
 - 18. Антикризисные связи с общественностью.
 - 19. Связи с общественностью как стратегическая коммуникация и функция менеджмента.
 - 20. Конфликты и их решение методами связей с общественностью.
 - 21. Лоббирование как направление деятельности в связях с общественностью.
 - 22. Технологии связей с общественностью в продвижении туристских услуг.
- 23. Приемы и методы проведения кампаний в сфере связей с общественностью в формировании позитивного имиджа промышленного предприятия (на примере ...).
- 24. Технологии организации обратной связи в работе специалиста по связям с общественностью.
 - 25. Антикризисные коммуникации в банковской сфере.
- 26. Этические и правовые нормы в работе специалистов по связям с общественностью. Сравнительные характеристики американского и российского опыта.
 - 27. Технологии и приемы спонсорства в связях с общественностью.
 - 28. Технологии и особенности корпоративных «специальных событий».
 - 29. Приемы и методы связей с общественностью в Интернете.
- 30. Рекламно-ориентированные и PR-ориентированные бизнес-коммуникации: отличия, технологии и проблемы.
- 31. Корпоративный блог новая форма связей с общественностью: достоинства и недостатки.
- 32. Внутрикорпоративные связи с общественностью на примере нижегородских компаний.

- 33. Проблема социальной ответственности в деятельности специалиста по связям с общественностью.
- 34. Метод контент-анализа в исследовательской деятельности специалиста по связям с общественностью.
 - 35. Функции связей с общественностью в бизнес-коммуникациях.
- 36. Качественные методы анализа текстов массовой коммуникации в аналитической работе специалиста по связям с общественностью.
 - 37. Событийная коммуникация в продвижении имиджа организации.
 - 38. Убеждающая коммуникация в деятельности связей с общественностью.
 - 39. Коммерческая реклама как элемент PR-программы предприятия.
 - 40. Принципы интерактивности в деятельности отдела по связям с общественностью.
 - 41. Интернет как информационная среда для специалиста по связям с общественностью.
 - 42. Специальное событие в структуре PR-деятельности.
- 43. Конструирование ситуаций и событий для СМИ как способ взаимодействия с общественностью.
- 44. Влияние средств массовой информации на формирование межкультурного взаимодействия.
 - 45. Связи с общественностью как инструмент управления персоналом.
 - 46. Социально-психологическое воздействие рекламы на потребителя.
 - 47. Установки и стереотипы в рекламной практике.
 - 48. Психология творчества в рекламе.
 - 49. Суггестивные психотехнологии в рекламе.
 - 50. Психологическая эффективность рекламы и ее оценка.
 - 51. Психологические особенности корпоративной символики в рекламе.
 - 52. Психотехнологии организации презентаций как элемента рекламной деятельности.
 - 53. Метод фокус-групп в исследовании потребительских интересов в рекламе.
 - 54. Психология мотивации в рекламе.
 - 55. Языковая игра в рекламных текстах.
 - 56. Влияние рекламы на эффективность деятельности коммерческого предприятия.
 - 57. Реклама как механизм формирования имиджа компании.
 - 58. Ценности как смысловая категория рекламного текста.
 - 59. Семиотика рекламной коммуникации.
 - 60. Убеждение и внушение как способы воздействия рекламы на аудиторию.
 - 61. Творческие стратегии в коммерческой телевизионной рекламе.
 - 62. Реклама как вид символической коммуникации.
 - 63. Комплекс рекламных коммуникаций как инструмент повышения уровня продаж.
- 64. Директ-маркетинг и традиционная реклама: роль, место и функции в программе формирования лояльности клиентов.
 - 65. Использование инструментария рекламы в продвижении банковского продукта.
 - 66. Проблемы повышения эффективности рекламы в местах продаж.
 - 67. Пути формирования и продвижения корпоративного бренда.
 - 68. Франчайзинг как инструмент продвижения корпоративного бренда.
 - 69. Взаимосвязь и взаимозависимость корпоративного и продуктового бренда.
 - 70. Комплекс рекламных коммуникаций коммерческого предприятия.

3.2. Шкала оценивания

Критерии оценивания государственного экзамена

Критерии оценки устного ответа

На государственном экзамене выпускник должен четко формулировать ответы на все теоретические вопросы экзаменационного билета и представить положительное решение практического задания.

Чтобы получить положительную оценку за устные ответы на теоретические вопросы экзаменационного билета выпускник должен четко формулировать ответ на все вопросы экзаменационного билета.

Результат устного государственного экзамена определяется дифференцированно оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», которые объявляются в день проведения экзамена после оформления в установленном порядке протоколов заседаний государственной экзаменационной комиссии.

Оценка «отлично» ставится в случае, если выпускник:

- логично и последовательно излагает ответ на вопросы экзаменационного билета, полностью раскрывает суть поставленного вопроса;
- демонстрирует глубокие системные знания материала, владение концептуальнопонятийным аппаратом;
- умеет применить теоретические знания к решению практических заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач;
 - владеет нормами научной и профессиональной речи.

Оценка «хорошо» ставится в случае, если выпускник:

- уверенно и последовательно излагает ответ на вопросы экзаменационного билета, но в недостаточном объеме;
- раскрывает суть поставленного вопроса, но не все выводы носят аргументированный и доказательный характер;
- демонстрирует владение концептуально-понятийным аппаратом, допуская определенные неточности,
- правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет определенными навыками и приемами их выполнения;
 - владеет нормами научной и профессиональной речи.

Оценка «удовлетворительно» ставится в случае, если выпускник:

- демонстрирует поверхностное знание вопроса,
- допускает нарушения в последовательности изложения материала,
- неполно раскрывает причинно-следственные связи, затрудняется с выводами,
- испытывает затруднения при выполнении практических заданий,
- не справляется самостоятельно с решением практических заданий,
- допускает нарушения норм научной и профессиональной речи.

Оценка «неудовлетворительно» ставится в случае, если выпускник:

- излагает материал непоследовательно, сбивчиво, не имеет представления о базовых понятиях и терминах дисциплины,
- демонстрирует нарушение причинно-следственных связей в изложении материала, отсутствуют выводы;
 - допускает заметные нарушения норм литературной и профессиональной речи.

Критерии оценки решения практического задания

Результат решения практического задания определяется дифференцированно оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» ставится в случае, если выпускник:

 предлагает правильное решение практического задания и приводит исчерпывающие доводы и аргументы в пользу принятого решения.

Оценка «хорошо» ставится в случае, если выпускник:

 предлагает правильное решение практического задания, но при этом опирается только на большую часть доводов и аргументов в пользу принятого решения.

Оценка «удовлетворительно» ставится в случае, если выпускник:

– предлагает правильное решение практического задания, но при этом испытывает затруднения в формулировке доводов и аргументов в пользу принятого решения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится в случае, если выпускник:

не справляется с решением практического задания.

Критерии оценивания ВКР

При определении оценки ВКР членами ГЭК принимаются во внимание следующие критерии:

- актуальность темы работы,
- научно-практическое значение темы;
- самостоятельность и глубину изучения проблемы,
- уровень научной и практической подготовки студента,
- качество выполнения и оформления работы;
- содержательность доклада и ответов на вопросы;
- наглядность представленных результатов исследования в форме мультимедийной презентации.

Членами ГЭК учитывается также отзыв научного руководителя.

Результаты защиты ВКР определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» ставится в случае, если выпускник демонстрирует:

- глубокое раскрытие темы;
- самостоятельность и глубину изучения проблемы;
- качественное оформление работы;
- содержательность доклада и презентации;
- уверенные ответы на вопросы членов ГЭК;
- отзыв научного руководителя на ВКР без замечаний.

Оценка «хорошо» ставится в случае, если выпускник демонстрирует:

- достаточно полное раскрытие темы;
- качественное оформление работы;
- содержательность доклада и презентации;
- небольшие недочеты в содержании и оформлении представленной к защите работы;
- отвечает на вопросы членов ГЭК с определенной степенью неуверенности;
- в отзыве научного руководителя на ВКР имеются незначительные замечания, которые не влияют на полное раскрытие темы.

Оценка «удовлетворительно» ставится в случае, если выпускник демонстрирует:

- неполное раскрытие темы;
- отсутствие глубины изучения проблемы;
- неточность и неконкретность выводов и рекомендаций;
- отсутствие наглядного представления работы;
- затруднения при ответах на вопросы членов ГЭК:
- в отзыве научного руководителя на ВКР указывается на наличие замечаний, недостатков, которые не позволили студенту полно раскрыть тему.

Оценка «неудовлетворительно» ставится в случае, если выпускник демонстрирует:

- слабое и неполное раскрытие темы;
- несамостоятельность изложения материала;
- неаргументированные выводы и предложения;
- отсутствие наглядного представления работы;
- поверхностный характер ответов на вопросы членов ГЭК;
- в отзыве научного руководителя на ВКР имеются существенные замечания.

4. СОДЕРЖАНИЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ (ДАЛЕЕ – ВКР), ПОРЯДОК ЕЕ ПОДГОТОВКИ И ЗАЩИТЫ

Проверяемые компетенции: УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, УК-7, УК-8, УК-9, УК-10, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7

4.1. Требования, предъявляемые к ВКР

ВКР по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью представляет собой итоговое самостоятельное исследование обучающегося. Ее выполнение, предусмотренное Федеральным государственным образовательным стандартом, является необходимой частью ГИА и обязательно для всех студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В качестве темы ВКР может быть выбрана любая актуальная проблема из дисциплин базовой и вариативной частей Блока 1 ОПОП.

Выпускная квалификационная работа для степени «бакалавр» может выполняться в формате выпускной квалификационной работы как стартапа (далее – ВКРС). ВКРС представляет собой предпринимательский проект (бизнес-проект) или инновационную бизнес-идею, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности и сформированность компетенций, соответствующих требованиям ФГОС ВО. ВКР как стартап может быть создана одним или несколькими обучающимися, а также носить междисциплинарный характер.

ВКР по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью представляет собой законченную разработку и должна отражать знание в сфере рекламы и связей с общественностью, уровень профессиональной подготовки, владение профессиональными технологиями, умение разрабатывать новые подходы к решению проблем.

Выполнение ВКР имеет целью на основе знаний и навыков, приобретенных в период обучения, продемонстрировать умение решать профессиональные теоретические или прикладные задачи.

Цели и задачи ВКР

Целью работы является:

- определение соответствия уровня теоретических знаний и практических умений выпускника требованиям ФГОС ВО и ОПОП по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
- установление степени готовности студента к самостоятельному выполнению профессиональных задач в рамках своей специальности;
- повышение теоретической подготовки студентов, приобщение их к творческой научно-исследовательской деятельности.
 - В связи с этим ставятся следующие задачи:
- формирование и развитие способностей научно-исследовательской работы, в том числе умений получения, анализа, систематизации и оформления научных знаний;
 - систематизация и углубление знаний по избранному направлению;
 - развитие навыков практического анализа языкового материала;
- дальнейшее совершенствование теоретического мышления и умений научноисследовательской деятельности;
 - проверка уровня теоретической и практической подготовки студентов.

Требования к содержанию и оформлению ВКР

Выпускная квалификационная работа (уровень бакалавриата) представляет собой логически завершенное самостоятельное исследование одной из общих или частных проблем в области рекламы и связей с общественности, демонстрирующее умение автора

обобщать научные знания и самостоятельно делать научные выводы, иллюстрируя их собственными примерами.

Написание ВКР органически связано с другими элементами учебного процесса, является их логическим продолжением или составляющей (курсовая работа, дисциплины по выбору)

Задачи, стоящие перед автором ВКР:

- свободно ориентироваться в профессиональной научной литературе и осуществить анализ литературных источников;
- определить и сформулировать проблему исследования с учетом ее актуальности и практической значимости;
 - обоснованно отобрать материал для выполнения исследовательской деятельности;
- выбрать методы исследования теоретического материала и технологии решения практических задач;
- грамотно изложить содержание исследования и показать владение профессиональным языком при написании текста дипломной работы;
- уметь четко сформулировать выводы и рекомендации, определить перспективы дальнейшего развития темы.

ВКР выполняется по результатам производственной практики в рамках тематики, согласованной с научным руководителем и утвержденной выпускающей кафедрой.

ВКР представляет собой научную рукопись, общим объемом не менее 50 страниц. Дипломная работа должна включать в себя следующие структурные компоненты:

- 1. Титульный лист (см. приложение 1).
- 2. Оглавление (см. приложение 2).
- 3. Введение.
- 4. Основное содержание работы, состоящее из глав и параграфов, которые обязательно должны иметь заголовки. Обозначения «Основное содержание работы» ни в оглавлении, ни в основном тексте быть не должно.
 - 5. Заключение.
 - 6. Список используемой литературы (см. приложение 3).
 - 7. Приложения.

Во введении раскрываются:

- 1. Содержание исследуемой проблемы и актуальность выбранной темы.
- 2. Степень ее разработанности (дается краткий обзор литературы по теме) и новизна предпринимаемого исследования.
 - 3. Объект и предмет исследования.
- 4. Цели и задачи исследования. Описание задач обычно начинается со слов: изучить, рассмотреть и др. и представляет собой определенную последовательность.
 - 5. Методология исследования, источники получения информации.
 - 6. Эмпирическая база исследования.
- 7. Структура работы, где дается перечень и краткое описание ее глав: «Данная работа состоит из ... глав. В первой главе... Во второй главе...».

Введение должно составлять не более 10% от общего объема ВКР.

В основном содержании работы содержится материал, собранный студентом по теме дипломного исследования, излагаются основные теоретические положения и результаты их практической применимости. В качестве практической части работы могут быть использованы разработки, выполненные студентом во время прохождения практики. Каждая глава должна заканчиваться краткими выводами.

Заключение представляет собой изложение выводов, которые делаются на основании проделанной работы. В заключении определяются, если это возможно, перспективы дальнейшего теоретического развития темы и возможности практического применения результатов осуществленного исследования. Объем заключения, также как и введения, не должен превышать 10% от общего объема ВКР.

В список использованной литературы необходимо включить всю изученную и проработанную литературу по теме, в том числе и ту, ссылки на которую в тексте отсутствуют, но которая приведена в анализе степени изученности проблемы, в количестве не менее 40 наименований. Все источники, отраженные в сносках, как цитируемые, так и просто упоминаемые, обязательно должны быть указаны в списке использованной литературы.

Окончательный вариант ВКР должен быть представлен на кафедру сброшюрованным в жесткой или пластиковой обложке, а также на электронном носителе. Текст ВКР должен быть набран на компьютере шрифтом Times New Roman. Размер шрифта -14, междустрочный интервал -1,5.

Каждая страница должна иметь поля, каждое (верхнее, нижнее, левое и правое) — 2,5 см. Текст печатается на одной странице стандартного листа формата A4. Все страницы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается с титульного листа, но на нем порядковый номер страницы не ставится. Цифра, обозначающая номер страницы, ставится в середине верхнего поля.

Введение, заключение, основное содержание работы и список использованной литературы печатаются с новой страницы, параграфы – нет. Все разделы работы должны иметь заголовки, строго соответствующие пунктам плана.

Расстояние между заголовками глав и параграфов должно составлять 3 (три) одинарных интервала, таким же должно быть и расстояние между заголовками и текстом работы. Заголовки располагается в центре страницы, и точка в их конце не ставится. Они не подчеркиваются, переносы в них не допускаются. Абзацный отступ должен быть равен 1,25.

Ссылки (см. приложение 4) оформляются в виде постраничных или концевых сносок и печатаются либо в нижней части соответствующей страницы с одним интервалом между строками (размер шрифта – 12), либо в конце текста ВКР после заключения. Ссылка на цитируемый источник в этом случае приводится в разделе «Примечания» в порядке очередности цитированных источников под цифрой в соответствии с указанной в квадратных скобках после цитаты. Например, [1] на одну работу; [3, 5, 7-10] – на несколько работ.

При работе с интернет-ресурсами необходимо использование тех же правил, что и при работе с бумажными носителями.

Нумерация списка использованной литературы входит в общую нумерацию работы.

Таблицы, включенные в работу, должны быть обозначены термином «Таблица», помещенном в правом верхнем углу, с порядковым номером, который записывают арабскими цифрами (Таблица 1) без значка «№» и точки в конце. Таблицы снабжают тематическими заголовками, которые помещают в середине страницы и пишут с прописной буквы без точки в конце.

В списке использованной литературы материалы размещаются в следующем порядке: а) официальные документы, б) научные монографии, в) статьи и интернетматериалы, а в каждой рубрикации – по алфавиту. Список использованной литературы должен иметь единую нумерацию.

В библиографическом разделе книги описываются следующим образом: фамилия и инициалы автора, заглавие, место издания, издательство, год издания, общее количество страниц.

В описании многотомных произведений вместо обозначения количества страниц называется количество томов. Если работа выполнена с использованием одного тома многотомного издания, то после заглавия следует указание: том и его номер.

Описание собрания сочинений включает следующие элементы: фамилия и инициалы автора, заглавие произведения, после знака // идет описание книги, где при условии, если отдельное произведение и все собрание сочинений написаны одним автором, его фамилия не указывается.

Статьи из сборников описываются в следующем порядке: фамилия и инициалы автора, заглавие статьи, после знака // заглавие сборника, сведения о редакторе или об организации, ответственной за выпуск, место издания, издательство, год издания, номера первой и последней страниц статьи.

При описании журнальных статей указываются: фамилия и инициалы автора, заглавие статьи, после знака // заглавие журнала, год издания, номер выпуска, номера первой и последней страниц статьи.

4.2. Условия и сроки выполнения ВКР

В процессе выполнения ВКР студент должен приобрести и закрепить навыки:

- научно-поисковой деятельности;
- работы со специальной литературой фундаментального и прикладного характера;
- систематизации, обобщения и анализа фактического материала по проблемам
- сбора и изучения эмпирического материала;
- обоснования выводов и предложений по совершенствованию практической деятельности в каком-либо сегменте рекламы и связей с общественностью.

Выполнение и успешная защита ВКР должны подтвердить соответствие уровня профессиональной подготовки выпускника квалификационной характеристике специалиста в области рекламы и связей с общественностью.

Темы ВКР определяются выпускающей кафедрой. Их перечень утверждается приказом ректора Университета и доводится до сведения обучающихся не позднее, чем за 6 месяцев до даты начала ГИА. Обучающемуся предоставляется право выбора темы ВКР из числа утвержденных тем.

письменному заявлению обучающегося (нескольких обучающихся, выполняющих выпускную квалификационную работу совместно) выпускающая кафедра установленном Университетом порядке предоставить обучающемуся (обучающимся) возможность подготовки и защиты ВКР по теме, предложенной обучающимся (обучающимися), в случае обоснованности и целесообразности ее разработки ДЛЯ практического применения В соответствующей деятельности или на конкретном объекте профессиональной профессиональной деятельности.

После завершения подготовки обучающимся ВКР и не позднее чем за 7 календарных дней до дня защиты руководитель ВКР представляет на выпускающую кафедру НГЛУ письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки ВКР (далее – отзыв). В случае выполнения ВКР несколькими обучающимися руководитель выпускной квалификационной работы представляет на выпускающую кафедру Университета отзыв об их совместной работе в период подготовки ВКР.

Выпускающая кафедра НГЛУ обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты ВКР.

BKP и отзыв передаются в $\Gamma ЭK$ выпускающей кафедрой не позднее чем за 2 календарных дня до дня защиты BKP.

Тексты ВКР, за исключением текстов ВКР, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, размещаются Университетом в электронно-библиотечной системе Университета и проверяются на объем заимствования. Порядок размещения текстов ВКР в электронно-библиотечной системе Университета, проверки на объем заимствования (оригинальность рукописи должна составлять не менее 65%), в том числе содержательного, выявления неправомочных заимствований установлен «Положением о порядке проверки выпускных квалификационных работ на объем заимствования и их размещения в электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВПО «НГЛУ»», утвержденным приказом ректора № 224 ОС/Д от 04.12.2014.

Доступ лиц к текстам ВКР обеспечивается в соответствии с законодательством Российской Федерации, с учетом изъятия производственных, технических, экономических, организационных и других сведений, в том числе о результатах

интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, в соответствии с решением правообладателя.

Сроки для выполнения и защиты ВКР определяются графиком учебного процесса. Степень готовности частей ВКР контролируется научным руководителем и докладывается на заседании выпускающей кафедры.

Подпись заведующего кафедрой на титульном листе ВКР подтверждает готовность работы к защите.

ВКР может быть не допущена к защите ВКР по следующим основаниям:

- выпускник, пишущий ВКР, не выполнил требований текущего контроля, установленных выпускающей кафедрой;
 - работа не представлена на выпускающую кафедру в установленный срок;
 - научный руководитель дал отрицательный отзыв о подготовленной ВКР.

Прежде чем принять решение об отказе допустить ВКР к защите, заведующий выпускающей кафедрой создает комиссию из числа ведущих преподавателей кафедры. Комиссия в двухдневный срок определяет, достаточно ли оснований для того, чтобы не допустить ВКР к защите. Решение заведующего кафедрой должно быть принято с учетом мнения комиссии, изложенного в письменной форме. На основании негативного заключения кафедры готовится представление в приказ об отчислении обучающегося.

4.3. Порядок назначения научного руководителя ВКР

Темы ВКР определяются выпускающими кафедрами и утверждаются приказом ректора. Темы ВКР предлагаются студентам ОПОП бакалавриата в начале V семестра.

Бакалаврскую работу выполняют студенты третьего и четвертого года обучения курсов в течение двух лет. Промежуточные результаты исследования, проводимого в рамках бакалаврской работы, студенты представляют в виде курсовой работы в конце третьего года обучения (6 семестр).

Работа выполняется студентом самостоятельно под руководством научного руководителя, в случае необходимости может быть назначен научный консультант.

В соответствии с календарным учебным графиком студенту четвертого курса в восьмом семестре для завершения оформления результатов исследования предоставляются две недели преддипломной практики.

Выпускная квалификационная работа, завершенная и оформленная в соответствии с предъявляемыми требованиями, должна быть представлена на кафедру с отзывом научного руководителя не позднее, чем за неделю до начала аттестационного испытания. На основании отзыва она допускается к защите. Отметка о допуске за подписью заведующего кафедрой ставится на титульном листе работы.

4.4. Порядок защиты ВКР

Для проведения защиты ВКР в распоряжении ГЭК и секретаря комиссии должен быть следующий пакет документов:

- 1) копия приказа «О допуске к ГИА»;
- 2) копия приказа «Об утверждении состава государственной экзаменационной комиссии»;
- 3) копия приказа «Об утверждении тем выпускных квалификационных работ и назначении научных руководителей»;
- 4) форма протокола заседания государственной экзаменационной комиссии по защите выпускной квалификационной работы на каждого студента;
- 5) форма протокола заседания государственной аттестационной комиссии о присвоении квалификации на каждого студента;
 - 6) учебные карточки студентов, допущенных к защите ВКР;
 - 7) зачетные книжки студентов, допущенных к защите ВКР.

Кроме указанных документов, в распоряжении ГЭК во время защиты должны находиться текст ВКР, отзыв руководителя о ВКР, которые представляются выпускающей кафедрой.

Защита ВКР проводится каждым выпускником индивидуально на открытых заседаниях ГЭК с участием не менее двух третей ее состава.

Выпускник не более чем в течение 15 минут излагает основные положения представленной работы. При этом обосновывается актуальность темы ВКР, дается характеристика объекта и предмета исследования, раскрывается основное содержание работы, излагается сущность предлагаемых практических разработок и рекомендаций. Доклад должен сопровождаться мультимедийной презентацией. В процессе доклада студент может использовать другие демонстрационные материалы.

После завершения доклада выпускнику задаются вопросы как членами ГЭК, так и другими лицами, присутствующими на защите ВКР. При подготовке ответов на вопросы выпускник имеет право пользоваться текстом работы и обдумывать свои ответы. После доклада и ответов на вопросы ГЭК заслушивает отзыв научного руководителя.

Ответы на вопросы членов ГЭК и присутствующих на защите в высокой степени характеризуют уровень подготовки автора работы, поэтому содержание и форма ответов должны непременно учитываться при подведении итогов защиты ВКР.

Заключительное слово выпускника по завершению защиты (до 2-3 мин.) должно содержать изложение этической позиции по отношению к научному руководителю и всем тем, с кем он так или иначе взаимодействовал в процессе работы над темой ВКР.

Решение ГЭК об оценке ВКР производится на закрытом совещании. Оценка выставляется комиссией с учетом отзыва научного руководителя, доклада и ответов выпускника в процессе защиты. Оценка объявляется в день защиты после оформления в установленном порядке протоколов заседания ГЭК по защите ВКР. Если ВКР представляет теоретический или практический интерес, ГЭК дает рекомендации по ее опубликованию или внедрению в организации. При успешной защите ВКР выпускнику присваивается квалификация (степень) «бакалавр» и принимается решение о выдаче диплома. В установленных случаях ГЭК присуждает выпускнику диплом «с отличием».

При неудовлетворительной оценке выпускник отчисляется из числа студентов НГЛУ. Результат защиты ВКР и решение о присвоении студенту соответствующего уровня подготовки заносятся в зачетную книжку и заверяются подписями всех членов ГЭК, присутствовавших на заседании.

Секретарь ГЭК сдает зачетные книжки и другие документы в деканат, а протоколы заседания ГЭК – в архив НГЛУ. После защиты ВКР сдаются на бумажном и электронном носителе на выпускающую кафедру.

Обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры защиты ВКР и (или) несогласия с ее результатами. Апелляцией является аргументированное письменное заявление студента-выпускника о нарушении процедуры проведения защиты ВКР, приведшем к снижению оценки. Апелляция принимается в течение рабочего дня после объявления результатов сдачи государственного экзамена. В ходе рассмотрения апелляции проверяется соблюдение процедуры проведения защиты ВКР, а в случае обнаружения ее нарушения выпускнику предоставляется возможность повторной защиты ВКР. Решение апелляционной комиссии является окончательным.

5.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГИА 5.1. Основная литература

1. GR и лоббизм: теория и технологии: учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. 2-е изд. Москва: Издательство Юрайт, 2021. 438 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-14000-2. URL: https://urait.ru/bcode/467457

- 2. Афанасьев, В. В., Байбородова, Л. В. Академическая коммуникация : учебник для вузов / Н. Д. Десяева. 2-е изд. Москва : Издательство Юрайт, 2020. 150 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-11434-8. URL : https://urait.ru/bcode/456951.
- 3. Бороздина, Г. В. Психология и этика делового общения: учебник и практикум для вузов / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова; под общей редакцией Г. В. Бороздиной. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 463 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-01527-0. URL: https://urait.ru/bcode/449705.
- 4. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом: учебное пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 255 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-05503-0. URL: https://urait.ru/bcode/453092
- 5. Воронина, Л. И. Социальное партнерство. Взаимодействие власти, бизнеса и наемного персонала: учебное пособие для вузов / Л. И. Воронина; под научной редакцией Г. Б. Инванцова. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 246 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-05779-9. URL: https://urait.ru/bcode/454626
- 6. Десяева, Н. Д. Академическая коммуникация: учебник для вузов / Н. Д. Десяева. 2-е изд. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 150 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-11434-8. URL: https://urait.ru/bcode/456951.
- 7. Домнин, В. Н. Брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 493 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-13539-8. URL: https://urait.ru/bcode/466112.
- 8. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р. Душкина. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 259 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-12786-7. URL: https://urait.ru/bcode/448312
- 9. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. Москва : Издательство Юрайт, 2020. 462 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-12811-6. URL : https://urait.ru/bcode/448344.
- 10. Иванова, А. Ю. Русский язык в деловой документации: учебник и практикум для вузов / А. Ю. Иванова. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 187 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-12357-9. URL: https://urait.ru/bcode/450968
- 11. Карпова, С. В. Брендинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2021. 439 с. (Бакалавр. Академический курс). ISBN 978-5-9916-3732-9. URL: https://urait.ru/bcode/467833
- 12. Ковалева, Н. Н. Информационное обеспечение органов власти: учебное пособие для вузов / Н. Н. Ковалева. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 245 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-13291-5. URL: https://urait.ru/bcode/467254
- 13. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста: учебное пособие для вузов / Т.Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 305 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-14014-9. URL: https://urait.ru/bcode/467471
- 14. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. 2-е изд., испр. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2020. 262 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-10041-9. URL: https://urait.ru/bcode/429158 .
- 15. Колышкина, Т. Б. Деловые коммуникации, документооборот и делопроизводство: учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 163 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-07299-0. URL: https://urait.ru/bcode/452463
- 16. Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для вузов / Э. М. Коротков. 3-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 566 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-07327-0. URL: https://urait.ru/bcode/449753
- 17. Кузьмина, Е. Е. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие для вузов / Е. Е. Кузьмина. 4-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство

- Юрайт, 2021. 455 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-14024-8. URL: https://urait.ru/bcode/468235
- 18. Лавриненко, В. Н. Деловая этика и этикет: учебник и практикум для вузов / В.Н.Лавриненко, Л. И. Чернышова, В. В. Кафтан; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л.И. Чернышовой. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 118 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-08210-4. URL: https://urait.ru/bcode/451048
- 19. Логунцова, И. В. Маркетинг территорий: учебник и практикум для вузов / И.В. Логунцова, И.В. Малькова. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 163 с. (Высшее образование). SBN 978-5-534-09402-2. URL: https://urait.ru/bcode/450160
- 20. Маркетинг территорий: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 262 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-03593-3. URL: https://urait.ru/bcode/450188
- 21. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 370 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-01478-5. URL: https://urait.ru/bcode/450620.
- 22. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 342 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-9916-7093-7. URL: https://urait.ru/bcode/451340
- 23. Проектирование и оценка рекламного образа: учебное пособие для вузов / Т.Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 262 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-10041-9. URL: https://urait.ru/bcode/429158.
- 24. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии: учебник для вузов / Л. С. Сальникова. 3-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 305 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-08505-1. URL: https://urait.ru/bcode/450009.
- 25. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для вузов / В.А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 351 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-08767-3. URL: https://urait.ru/bcode/453280.
- 26. Сидняев, Н. И. Теория планирования эксперимента и анализ статистических данных: учебник и практикум для вузов / Н. И. Сидняев. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 495 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-05070-7. URL: https://urait.ru/bcode/449686.
- 27. Спивак, В. А. Деловая этика: учебник и практикум для вузов / В. А. Спивак. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 463 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-11895-7. URL: https://urait.ru/bcode/446373.
- 28. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М.Р. Душкина. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 462 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-12811-6. URL: https://urait.ru/bcode/448344
- 29. Тульчинский, Γ . Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом: учебное пособие для вузов / Γ .Л. Тульчинский, В.И. Терентьева. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 255 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-05503-0. URL: https://urait.ru/bcode/453092
- 30. Франц, В. А. Управление общественным мнением: учебное пособие для вузов / В.А. Франц. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 133 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-08047-6. URL: https://urait.ru/bcode/454893
- 31. Чеберко, Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности. История предпринимательства: учебник и практикум для вузов / Е.Ф. Чеберко. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 420 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-00872-2. URL: https://urait.ru/bcode/450349

- 32. Черненко, В. А. Антикризисное управление: учебник и практикум для вузов / В.А. Черненко, Н. Ю. Шведова. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 397 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-04526-0. URL: https://urait.ru/bcode/450545 **5.2.** Дополнительная литература
- 1. Абросимов Н.В. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании. М.: Лаборатория книги, 2012. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139176
- 2. Апенько С.Н., Гилева К.В. Коммуникационный консалтинг: архитектоника организационных коммуникаций: учебное пособие. Омск: Омский государственный университет, 2014. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237517
- 3. Белоусова Л.А., Савина Т.А. Бренд-менеджмент. Екатеринбург: ГОУ ВПО «Уральский государственный технический университет Г УПИ», 2005. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39350
- 4. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Аспект Пресс, 2010. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104042
- 5. Блюм М.А., Молоткова Н.В. PR-технологии в коммерческой деятельности: учебное пособие. Тамбов: Издательство ТГТУ, 2004. http://biblioclub.ru/index.php?page= book&id=39352
- 6. Блюмин А.М. Информационный консалтинг. Теория и практика консультирования: учебник. М.: Дашков и Ко, 2012. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114134
- 7. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 2004. http://biblioclub.ru/index.php?page= book&id=79594.
- 8. Богданов В.В., Комарова И.М. Теория и практика связей с общественностью: медиарилейшнз: учебное пособие. Новосибирск: НГТУ, 2011. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228824
- 9. Веснин В.Р., Юрьева Т.В. Антикризисное управление: учебно-практическое пособие. М.: Евразийский открытый институт, 2011. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90672
- 10. Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование: учебное пособие для вузов. М.: Академический проект, 2009. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241113
- 11. Герасимов П.П. Методы маркетинговых исследований. М.: Лаборатория книги, 2010. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87390
- 12. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2006. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104080
- 13. Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Системный бренд-менеджмент: учебник. М.: Юнити-Дана, 2012. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117920
- 14.Интернет-СМИ: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М.М. Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2011. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104049
- 15. Журавлёв В.В. Проведение маркетинговых исследований. М.: Лаборатория книги, 2010. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88503
- 16. Забурдаева Е.В. Политическая кампания. Стратегии и технологии: учебник. М.: Аспект Пресс, 2012. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104081
- 17. Зуб А.Т. Антикризисное управление: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2005. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104075
- 18. Исаенко Е.В., Васильев А.Г. Экономические и организационные основы рекламной деятельности: учебное пособие. М.: Юнити-Дана, 2012. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118545
- 19. Каменева В.А. Теория коммуникации (прагматический аспект): учебное пособие. Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2013. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232504
- 20.Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью: курс лекций. Омск: Омский государственный университет, 2012. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237508

- 21. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. Связи с общественностью. Учебное пособие для высшей школы. М.: Академический проект, 2009. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210265.
- 22. Котов В.Д. Кросс-культурные процессы и массовая коммуникация. М.: Лаборатория книги, 2012. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140549
- 23. Красова Л.Г. Практика антикризисного управления. М.: Лаборатория книги, 2010. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89428
- 24. Крупенков В.В., Мамедова Н.А., Грачев А.Н.. Государственные и бизнес-коммуникации: учебно-практическое пособие. М.: Евразийский открытый институт, 2011. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90968
- 25. Кудрявцева М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации : учебное пособие. М.: Директ-Медиа, 2014. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219
- 26. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учебник. М.: Аспект Пресс, 2009. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104082
- 27. Марусева, И.В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах: (подготовка к экзамену): учебное пособие для вузов. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2014. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256547
- 28. Маслова В.М., Синяева И.М., Синяев В.В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие. М.: Юнити-Дана, 2012. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502
- 29. Мальханова И.А. Деловое общение: учебное пособие. М.: Академический проект, 2008. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=220476
- 30. Никитин Т.В. Особенности рекламного образа и приемы его создания. М.: Лаборатория книги, 2010. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88257
- 31. Олешко, Е.В. Техника и технология СМИ: шрифтовая культура массмедиа: учебное пособие. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2012. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240428
- 32. Постовская, Я.А. PR фирмы. Внутренние мероприятия и корпоративная культура для формирования имиджа и повышения эффективности работы. М.: Лаборатория книги, 2010. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97295
- 33. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учебно-практическое пособие. М.: Евразийский открытый институт, 2010. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93162
- 34. Романов А.А., Каптюхин Р.В. Управление рекламными кампаниями в СМИ: учебно-практическое пособие. М.: Евразийский открытый институт, 2010. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90774
- 35. Рубанюк, Э.В. Язык средств массовой информации = Die Sprache der Massenmedien: учебное пособие. Минск: Вышэйшая школа, 2013. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235661
- 36. Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учебное пособие. М.: Флинта, 2011. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470
- 37. Романов А.А., Каптюхин Р.В. Рекламный менеджмент: учебно-практическое пособие. М.: Евразийский открытый институт, 2010. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90770
- 38. Средства массовой информации России: учебное пособие / М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вартанова и др. ; под ред. Я.Н. Засурский. М. : Аспект Пресс, 2011. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104064
- 39. Старикова Ю.А. Связи с общественностью (Паблик рилейшнз). Конспект лекций: учебное пособие. М.: A-Приор, 2010. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=56308
- 40. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии: учебное пособие / Под ред. В.М. Горохов, Т.Э. Гринберг. М.: Аспект Пресс, 2011. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104079
- 41. Сердобинцева Е.Н. Структура и язык рекламных текстов. М.: Флинта, 2010. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575

- 42. Ткаченко Н.В., Ткаченко О.Н. Креативная реклама. Технологии проектирования: учебное пособие / под ред. Л.М. Дмитриева. М.: Юнити-Дана, 2012. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422
- 43. Ухова Л.В. Эффективность рекламного текста: сборник статей. М.: Директ-Медиа, 2014. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239496
- 44. Четвертков, Н.В. Современная пресс-служба: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2010. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104327
- 45. Файншмидт Е.А., Юрьева Т.В. Практика антикризисного менеджмента: учебно-практическое пособие. М.: Евразийский открытый институт, 2010. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93161
- 46. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: учебник. М.: Академический проект, 2005. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237501
- 47. Шарков Ф.И. Рекламный рынок: методика изучения. Курс лекций: учебное пособие / Ф.И. Шарков, А.А. Родионов. М.: Академический проект, 2005. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237502
- 48. Шарков, Ф.И. Социология массовой коммуникации: учебное пособие / Ф.И. Шарков, А.А. Родионов. М.: Академический проект, 2002. Ч. 1. Техника и технология сбора и обработки информации. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237503
- 49. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учебное пособие. М.: Дашков и Ко, 2011. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116056
- 50. Шарков Ф.И., Родионов А.А. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампаний: учебное пособие. М.: Академический проект, 2007. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=220598
- 51. Язык рекламы: Учебно-методическое пособие. Омск: Омский государственный университет, 2008. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=238238

5.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office Word, WinRAR, WordPad, Power Point, Adobe Reader, Paint, мультимедийное оборудование для работы на лекциях, семинарских и практических занятиях с учебно-методическими материалами в цифровой форме.

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет

http://bizkon.net/7936-kommunikacionnyj-menedzhment-i-strategicheskaja.html Е.Н. Пашенцев. Коммуникационный менеджмент и стратегическая коммуникация. 2012.

http://brand.rabon.ru – сайт рекламного агентства полного цикла

http://brandhistory.ru/tag/brend - материалы, посвященные истории становления бренда http://cios.org/www/comweb.htm – ресурс, посвященный вопросам коммуникации и журналистики

http://press-service.ru — сайт журнала «Пресс-служба» ориентирован на пресс-секретарей; руководителей и сотрудников пресс служб, пресс-центров и отделов по связям с общественностью, PR-специалистов и всех, чья деятельность связана с информационной работой, содержит подборку профессиональных новостей, информационные и аналитические статьи о работе пресс-служб и отделов по связям с общественностью; обзор новых технологий и реализованных проектов; методические материалы для использования в работе; практические рекомендации профессионалов и пр.

http://pr-life.ru/default.page.php - Информационный PR-портал (Россия)

http://publicrelationsideas.com/online_publicity - Портал обмена идеями и сообщениями по PR (США)

http://sovetnik.ru - профессиональный ПР-портал

http://ukanaix.cc.ukans.edu/~sypherh/bc – сайт Университета штата Канзас, курс введения в теорию коммуникации

http://window.edu.ru/resource/257/62257/files/fedotova_km.pdf - $M.\Gamma.\Phi$ едотова. Коммуникационный менеджмент. Учебное пособие.

http://www.admarket.ru – Профессионально о стратегических коммуникациях

http://www.advertka.ru - Авторский проект Кирилла Неделяева - Ресурс содержит регулярно обновляемые подборки видеороликов, принтов, наружной рекламы, отечественной и зарубежной, в разделе «Ретро» можно познакомиться с лучшими образцами отечественной рекламы начала XX века, новостная колонка знакомит с текущими событиями рекламного мира - тренды, громкие рекламные кампании, рекламное законодательство, новости отечественных рекламных порталов.

http://www.advertme.ru/brand - словари и энциклопедические материалы, посвященные рекламной деятельности, маркетингу и брендингу

http://www.advesti.ru – сайт «Новости рекламы».

http://www.akarussia.ru - Ассоциация коммуникативных агентств России

http://www.aup.ru/books/m745/ - Рева В.Е. Коммуникационный менеджмент

http://www.bma.ru - Сайт аналитического центра «Бизнес и Маркетинг» (Россия)

http://www.brand.maxcreative.ru/branding - сайт компании, занимающейся разработкой брендов

http://www.brand-b.ru, http://www.worldofbrands.ru - последние достижения и разработки в области брендинга

http://www.brandlab.ru - сайт брендингового агентства, представляющего информацию о своих проектах

http://www.communication.vspu.ru/links.html - Лаборатория коммуникативных исследований http://www.consalt-spb.ru - Сайт Центра маркетинговых исследований и PRт (Россия)

http://www.e911.com - Сайт автора и специалиста по антикризисному PR Дж. Лукажевского (The Lukaszevski Group, США)

http://www.gallup.com – Институт Гэллапа по исследованию общественного мнения http://www.icahdq.org/ - сайт Международной Ассоциации Коммуникации (The International Communication Association)

http://www.isras.ru/socis.html - журнал «Социологический исследования»

http://www.marketingandresearch.ru Издательский дом Гребенникова

http://www.natcom.org - Национальная коммуникативная организация

http://www.okresearch.ru/oknews.htm - Сайт исследовательского агентства О+К (Россия)

http://www.olshevsky.ru - Сайт консалтинговой компании А. Ольшевского (Россия)

http://www.prguru.ru/?id_razdel=312 - PR-тематический портал (Россия)

http://www.pronline.ru - Информационный сайт PR- бизнеса (Россия)

http://www.rae.ru/monographs/130-4283 - Павлов С.Н. Управление информацией и общественными связями для создания эффективного имиджа вуза.

http://www.reklamaster.com – портал о рекламе и маркетинге.

http://www.rwr.ru - Реклама и Пиар в России

http://www.sfera-pr.ru/sponsors.html - Официальный сайт Всероссийского форума молодых PR-специалистов «Сфера» (Россия)

http://www.sfsu.edu/~hrwww/risk_mgmt/bcp/bcp_links.html - Сайт по антикризисному PR Университета Сан-Франциско (США)

http://www.sitnikov.com - сайт Ситникова Алексея Петровича, доктора психологических наук, профессора, зав. кафедрой политического консалтинга и избирательных технологий в ГУ-ВШЭ (на сайте представлены материалы, посвященные PR-деятельности и политическому консалтингу, присутствует наиболее полное собрание работ российских и зарубежных авторов, каталог литературы регулярно обновляется)

http://www.socjournal.ru - Социологический журнал

http://www.solinet.net/preservation/preservation_templ.cfm?doc_id=4699 - Сайт интернет-ресурсов антикризисного управления и антикризисного PR (США)

http://www.sostav.ru - Информационно-аналитический портал, посвященный маркетингу, рекламе и PR.

http://www.triz-chance.ru - крупнейший сайт СНГ и Балтии по открытым методикам рекламы и PR, сайт консалтинговых фирм «ТРИЗ-ШАНС» (на сайте представлены материалы, посвященные разработке методик креатива и решению нестандартных задач в области рекламы и PR)

http://www.twirpx.com/file/154800/ - Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR.

http://www.unirel.vt.edu/about/crisis_plan.php Сайт по антикризисным PR Технического Университета Северной Виржинии (США)

http://www/.cataloxy.ru/books/5108156 - Коммуникационный менеджмент. Этика и культура управления.

http://www/asu.ru/files/documents/00002716.pdf - Орлов А.С. Введение в коммуникационный менеджмент

http://www4.nau.edu/comptr/BCDR.html - Сайт по антикризисным PR Университета Северной Аризоны (США)

http://www.dic.academic.ru/dic.nsf/business/20396 - Словарь бизнес-терминов. Академик.py. 2001.

wciom.ru - Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)

www.advertology.ru – Наука о рекламе – все о рекламе, маркетинге и PR

www.cjes.ru - сайт Центра экстремальной журналистики

www.gipp.ru – сайт Гильдии российских издателей периодической печати

www.internews.ru - сайт Интерньюс-Россия

www.journ.msu.ru – сайт факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

www.journalist-virt.ru – электронная версия журнала «Журналист»

www.mediascop.ru – портал научных исследователей СМИ МГУ им. М.В. Ломоносова

www.ruy.ru – сайт Союза журналистов России

www.smi.ru - еженедельная интернет-газета

5.5. Перечень информационных справочных систем

http://elibrary.ru – научная электронная библиотека

www.biblioclub.ru - электронно-библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека онлайн»

http://lib.lunn.ru - сайт библиотеки НГЛУ

http://elibrary.ru – научная электронная библиотека

http://www.lib.msu.su – Каталог Научной библиотеки МГУ

http://www.rsl.ru/r res1.htm — Каталог Российской государственной библиотеки

http://www.inion.ru - ИНИОН – комплекс библиографических баз данных по гуманитарной тематике. Базы данных ИНИОН.

http://www.feb-web.ru/feb/feb/sites.htm?cmd=show — Фундаментальная электронная библиотека (Φ ЭБ)

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ГИА

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

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

Государственный экзамен и защита выпускной квалификационной работы проходят в аудитории с мультимедийным оборудованием, имеющей доступ в сеть Интернет. Компьютер, с которого выводятся данные на экран проектора, должен быть снабжён

офисным пакетом MS Office или его аналогом (прежде всего – приложением MS Power Point или иным приложением с функцией демонстрации презентаций), а также программой для просмотра PDF-файлов и изображений.

При обучении в студенческой группе лиц, имеющих ограниченные возможности по здоровью, процедуры итоговой государственной аттестации организуются в аудиториях, отвечающих требованиям безбарьерной среды (возможность воспользоваться лифтом, достаточная ширина дверного проёма, достаточное количество места в аудитории и т.п.).

7. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ГИА ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья государственная итоговая аттестация проводится университетом с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких выпускников.

При проведении государственной итоговой аттестации обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение государственной итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с выпускниками, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для выпускников при прохождении государственной итоговой аттестации;
- присутствие в аудитории ассистента, оказывающего выпускникам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с членами государственной экзаменационной комиссии);
- пользование необходимыми выпускникам техническими средствами при прохождении государственной итоговой аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;
- обеспечение возможности беспрепятственного доступа выпускников в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов при отсутствии лифтов аудитория должна располагаться на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

Дополнительно при проведении государственной итоговой аттестации обеспечивается соблюдение следующих требований в зависимости от категорий выпускников с ограниченными возможностями здоровья:

- а) для слепых:
- задания для выполнения, а также инструкция о порядке государственной итоговой аттестации оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, или зачитываются ассистентом;
- письменные задания выполняются на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, или надиктовываются ассистенту;
- выпускникам для выполнения задания при необходимости предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;
 - б) для слабовидящих:
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- выпускникам для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;
- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения государственной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;

- в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - по их желанию государственный экзамен может проводиться в письменной форме;
- д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
 - по их желанию государственный экзамен может проводиться в устной форме.

Выпускники не позднее, чем за 3 месяца до начала государственной итоговой аттестации, подают письменное заявление о необходимости создания для них специальных условий при проведении государственной итоговой аттестации.

Образец первого титульного листа

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Н.А. ДОБРОЛЮБОВА»

Высшая школа социальных наук

Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма

Махалова Дарья Сергеевна

TEMA

Выпускная квалификационная работа

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере (английский язык)

Образец второго титульного листа

Работа выполнена н	а кафедре рекламы,	связей с общественнос	тью и туризма	
Нижегородского	государственного	лингвистического	университета	
им. Н.А. Добролюбова				

Научный руководитель –	доктор философских наук, профессор Иванов И.И.
Работа допускается к защите	
Заведующий кафедрой кандидат философских наук, доцент «»202_ года	М.Б. Ротанова
Защита состоится «»	202_ года
Оценка защиты выпускной квалифи	кационной работы
Государственной экзаменационной	комиссией «»
Председатель ГЭК	