

1.2.3	Противодействие коррупции и предупреждение коррупционных рисков в профессиональной деятельности	БП 5, БП 6			10	6	4	6	4	4	6	4	6
1.3	Охрана труда в профессиональной деятельности	БП 7	к	0,5	18	10	8	10	8	8	10	8	10
2	КОМПОНЕНТ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ			38,5	990	712	278	636	354	564	426	380	610
2.1	Модуль «Управленческие и теоретические основы рекламы и связей с общественностью»		з, э, э, э	10,5	270	194	76	174	96	154	116	104	166
2.1.1	История рекламы и связей с общественностью	СП 1, СП 2			54	38	16	36	18	28	26	20	34
2.1.2	Теория рекламы и связей с общественностью	СП 3, СП 4			72	52	20	46	26	42	30	28	44
2.1.3	Менеджмент	СП 5, СП 6			72	52	20	46	26	42	30	28	44
2.1.4	Маркетинг	СП 7, СП 8			72	52	20	46	26	42	30	28	44
2.2	Психология рекламы	СП 9, СП 10	э	3	72	52	20	46	26	42	30	28	44
2.3	Социология рекламы	СП 11, СП 12	з	1,5	54	38	16	36	18	28	26	20	34
2.4	Модуль «Технологии рекламы и связей с общественностью»		э, э, э, э	12	288	208	80	184	104	168	120	112	176
2.4.1	Практика связей с общественностью и рекламы	СП 13, СП 14			72	52	20	46	26	42	30	28	44
2.4.2	Построение и позиционирование брендов	СП 15, СП 16			72	52	20	46	26	42	30	28	44
2.4.3	Копирайтинг	СП 17, СП 18			72	52	20	46	26	42	30	28	44
2.4.4	Проектная деятельность	СП 19, СП 20			72	52	20	46	26	42	30	28	44
2.5	Коммуникационный менеджмент	СП 21, СП 22	з, э	5	144	104	40	92	52	84	60	56	88

2.6	Модуль «Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью»		э, кр, з	6,5	162	116	46	104	58	88	74	60	102
2.6.1	Введение в digital-коммуникации	СП 23, СП 24			72	52	20	46	26	42	30	28	44
2.6.2	Компьютерные технологии	СП 25, СП 26			54	38	16	36	18	28	26	20	34
2.6.3	Графический дизайн	СП 27, СП 28			36	26	10	22	14	18	18	12	24
ВСЕГО					40,5	1062	752	310	674	388	596	466	650
Количество зачетных единиц (кредитов)													
Стажировка		Дипломное проектирование и защита дипломной работы (проекта)				Государственный экзамен по учебным дисциплинам, модулям 2.1, 2.4				Всего по плану			
		4,5				1,5				46,5			

Код компетенции	Наименование компетенции	Код учебной дисциплины, модуля
БП 1	Знать основы регулирования правовой, политической и экономической системы государства, порядок формирования и функционирования органов власти	1.1
БП 2	Уметь толковать и применять акты законодательства в сфере профессиональной деятельности, принимать решения в соответствии с законом	1.2.1
БП 3	Знать порядок, процедуры оформления, регистрации и реализации прав на объекты интеллектуальной собственности	1.2.2
БП 4	Уметь комплексно использовать инструменты защиты интеллектуальной собственности в профессиональной деятельности, применять механизмы правовой охраны и использования объектов интеллектуальной собственности	1.2.2
БП 5	Знать и уметь применять на практике механизмы противодействия коррупции	1.2.3
БП 6	Уметь квалифицировать общественно опасное поведение, подпадающее под признаки коррупционных правонарушений, содействовать пресечению коррупционных проявлений в коллективе	1.2.3
БП 7	Знать и соблюдать требования охраны труда в пределах выполнения своих трудовых функций и/или должностных обязанностей	1.3
СП 1	Знать исторические условия возникновения рекламы и связей с общественностью, этапы их становления и развития	2.1.1
СП 2	Уметь применять систему знаний о формах, этапах и тенденциях развития рекламной деятельности	2.1.1
СП 3	Знать теоретические основы рекламы и связей с общественностью, виды рекламы и средства ее распространения	2.1.2
СП 4	Уметь определять методы, инструменты, технологии рекламы в соответствии с характеристиками целевой аудитории, ее запросами и потребностями для осуществления профессиональной деятельности	2.1.2
СП 5	Знать основные принципы организации рекламной деятельности, систему ее управления и коммуникаций	2.1.3
СП 6	Уметь применять теоретические знания в рекламной деятельности для анализа структуры управления рекламными	2.1.3

	процессами в различных ситуациях внутренней и внешней среды	
СП 7	Знать основные подходы, принципы организации рекламной деятельности в условиях рынка, систему организации маркетинговых исследований и основные элементы комплекса маркетинга	2.1.4
СП 8	Уметь использовать научный и прикладной инструментарий маркетинга для решения управленческих задач	2.1.4
СП 9	Знать основные методы и психологические механизмы воздействия рекламы на поведение потребителя	2.2
СП 10	Уметь определять специфику психологических технологий в рекламе и связях с общественностью	2.2
СП 11	Знать теорию и основные категории социологии рекламы, особенности применения социологических методов в практике рекламной деятельности	2.3
СП 12	Уметь планировать и проводить социологические исследования, использовать социологическую информацию в профессиональной деятельности	2.3
СП 13	Знать основные механизмы организации и реализации рекламной деятельности на современном этапе, принципы коммуникативных взаимодействий с целевыми аудиториями, группами влияния	2.4.1
СП 14	Уметь разрабатывать стратегии работы по связям с общественностью и рекламе с учетом характера проблемной ситуации, сильных и слабых сторон организации и характеристик целевых аудиторий, анализировать и выбирать каналы распространения рекламной информации	2.4.1
СП 15	Знать сущность и основные элементы брендинга, методику проведения рекламных мероприятий по позиционированию и продвижению бренда	2.4.2
СП 16	Уметь проводить количественные и качественные маркетинговые исследования, эффективно позиционировать бренд товара, услуги, организации и применять инструменты рекламы для продвижения бренда	2.4.2
СП 17	Знать основные этапы, эффективные технологии разработки рекламного обращения	2.4.3
СП 18	Уметь создавать и позиционировать рекламные обращения для увеличения их функциональности и практического применения	2.4.3
СП 19	Знать теоретические основы и этапы проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью	2.4.4
СП 20	Уметь применять технологии проектирования для эффективной реализации рекламной и PR-концепции товаров и услуг	2.4.4
СП 21	Знать основные методы организации эффективного делового взаимодействия и механизмы управления коммуникациями и имиджем	2.5
СП 22	Уметь коммуницировать в различных ситуациях профессиональной деятельности, решать задачи формирования позитивного имиджа человека, продукта, организации с использованием приемов имиджмейкерства	2.5
СП 23	Знать основные инструменты и стратегии реализации digital-коммуникаций	2.6.1
СП 24	Уметь определять каналы цифровых коммуникаций для выполнения задач рекламной деятельности	2.6.1
СП 25	Знать основные методы получения, обработки и анализа информации и программное обеспечение в рекламной и PR-деятельности	2.6.2
СП 26	Уметь применять компьютерные технологии в процессе создания рекламного и PR-продукта	2.6.2
СП 27	Знать основы графического дизайна, принципы построения, обработки и хранения изображений с помощью графических редакторов	2.6.3
СП 28	Уметь создавать и редактировать графические изображения, применять различные графические эффекты при создании рекламного и PR-продукта	2.6.3

Примечание. При заполнении применяются следующие условные обозначения: А/з – аудиторные занятия, С/р – самостоятельная работа, э – экзамен, з – зачет, к – контрольная работа, р – реферат, кр – курсовая работа.

Начальник главного управления
профессионального образования
Министерства образования



С.Н.Пищов

Начальник отдела дополнительного образования взрослых
главного управления профессионального образования



С.А.Ковчур

Ректор государственного учреждения образования
«Республиканский институт высшей школы»



Ю.П.Бондарь