

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 19.08.2023 02:35:38
Уникальный программный ключ:
2a04bb882d7edb7f479cb266eb4aaaaedebee849

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по Государственной итоговой аттестации

Уровень образования	бакалавриат <small>(бакалавриат/магистратура/специалитет)</small>
Направление подготовки бакалавриата/магистратуры/специальность	42.02.03 –Реклама и связи с общественностью <small>(код, наименование направления подготовки/специальности)</small>
Профиль направления подготовки/специализация	Реклама и связи с общественностью в сфере государственном и муниципальном управлении <small>(наименование)</small>

Разработчик _____  _____ Сулаева Ж.А., д.ф.н.
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)

Фонд оценочных средств обсужден на заседании кафедры ПиСКС
« 12 » 09 2019 г., протокол № 1

Зав. кафедрой _____  _____ Сулаева Ж.А., д.ф.н., доц.
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)

г. Махачкала 2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП	3
1.1. Перечень компетенций и планируемые результаты.....	3
1.2. Этапы формирования компетенций.....	9
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	10
2.1. Описание показателей оценивания компетенций.....	11
2.2. Описание критериев определения уровня сформированности компетенций.....	12
2.3. Описание шкал оценивания.....	14
2.4. Определение уровня сформированности компетенций в результате изучения дисциплины	15
3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП.....	30
3.1. Вопросы к междисциплинарному государственному экзамену.....	30
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.....	33
4.1. Процедура проведения оценочных мероприятий.....	33

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ООП (Таблицы 1 и 2)

1.1. Перечень компетенций и планируемые результаты

Таблица 1

№	Содержание и код компетенции	В результате прохождения Государственной итоговой аттестации обучающиеся должны		
		Знать	Уметь	Владеть
1	2	3	4	5
1.	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа	получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов; собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и решений на основе экспериментальных действий	исследованием проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявлением научных проблем и использованием адекватных методов для их решения; демонстрацией оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций
	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	юридические основания для представления и описания результатов деятельности; правовые нормы для оценки результатов решения задач; правовые нормы, предъявляемые к способам решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	обосновывать правовую целесообразность полученных результатов; проверять и анализировать профессиональную документацию; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации деятельности; анализировать нормативную документацию	правовыми нормами в области, соответствующей профессиональной деятельности; правовыми нормами разработки технического задания проекта, правовыми нормами реализации профильной профессиональной работы; правовыми нормами проведения профессионального обсуждения результатов деятельности

3.	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	методы социального взаимодействия и реализации своей роли в команде	осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	способностью осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
4.	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	методы осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	способностью осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
5.	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
6.	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	методы управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	способностью управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
7.	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической и подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	способы поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	должным уровнем физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

8.	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	способы создания и поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	способами создания и поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
9.	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий; генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор	осуществлять 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	механизмами выявления отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
10.	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их двустороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	применять накопленные знания при ведении диалога, переписке, переговорам в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов	способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью коммуникационных продуктов
11.	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	современные техники установления профессиональных контактов	применять техники установления профессиональных контактов и развития профессионального общения	навыками развития профессионального общения
12.	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	современные методы делового общения в интернациональной среде, тенденции и подходы к профессиональному	использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран, развивающие потенциал бизнеса и общества;	навыками делового общения в интернациональной среде, использования особенностей местной деловой культуры

		взаимодействию на международном уровне, необходимые для успешного функционирования бизнеса и развития общества		зарубежных стран для повышения ее эффективности деловых взаимодействий.
13.	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	современные методики проведения анализа развития рекламного рынка для планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	применять методы количественного и качественного анализа при разработке стратегических и целевых программ коммуникационной кампании применяемых в медиакоммуникационных системах региона, страны и мира	навыками проведения SWOT-анализа, PEST –анализа и т.п. при работе в медиакоммуникационных систем региона, страны и мира
14.	ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно - коммуникационные технологии	современные техники установления профессиональных контактов	применять техники установления профессиональных контактов и развития профессионального общения;	навыками развития профессионального общения
15.	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	основные этические и правовые регуляторы, разработанные профессиональным сообществом; особенности проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности	использовать социальные регуляторы в своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; четко определять цели и задачи развития той или иной сферы рекламной деятельности и применять адекватные инструменты и технологии регулирующего воздействия при	методами отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

			реализации управленческого решения	
16.	ПК-1. Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ	теорию и методологию создания и обеспечения эффективного функционирования инфраструктурных объектов организации, ориентированных на сопровождение ее коммуникационной кампаний и мероприятий; особенности составления бюджетной и финансовой отчетности, распределения ресурсов с учетом последствий влияния различных методов и способов на результаты деятельности малых и средних предприятий в сфере рекламной деятельности	планировать и контролировать действия организации в сфере создания ее эффективной коммуникационной инфраструктуры;	навыками разработки и реализации программ функционирования и ресурсного обеспечения объектов коммуникационной инфраструктуры соответственно со стоящими целями перспективного развития коммуникационной деятельности и организации в целом; навыками составления рекламного бюджета в интересах организации для увеличения продаж продукции СМИ
17.	ПК-2. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	современные теории и парадигмы постановки и обоснования стратегических целей разрабатываемых коммуникационных кампаний и мероприятий, необходимые для балансирования цикла коммуникационной деятельности организации	использовать инструментарий, методы, модели и механизмы руководства проектированием и планированием коммуникационных кампаний и мероприятий по критерию достижения эффективного уровня затрат организации	навыками подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий как составной части экономической активности организации в условиях меняющейся рыночной среды
18.	ПК-3. Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции	природу процесса принятия решения и основные этапы разработки и реализации управленческого решения при	находить оптимальные организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого	навыками разработки и реализации оптимальных для организации решений, оценки результатов и последствий

	СМИ	подготовке к выпуску, производству и распространению рекламной продукции	управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	принятого управленческого решения при создании рекламной продукции и продвижения продукции СМИ
19.	ПК-4. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	современные теории и приемы оценки качества и эффективности коммуникационных проектов организации при обеспечении внутренней и внешней коммуникации; основы проектирования рекламные кампании	использовать инструментарий, методы, модели и механизмы оценки качества и эффективности коммуникационных проектов организации при обеспечении внутренней и внешней коммуникации; использовать современные методы осуществления рекламной кампании и мероприятий	навыками рационального применения методов реализации контроля и корректировки коммуникационных проектов организации в их связи и во взаимозависимости с полученными оценками качества и эффективности при обеспечении внутренней и внешней коммуникации; навыками реализации современных инновационных технологий в рекламной кампании

1.2. Этапы формирования компетенций

Сформированность компетенций по Государственной итоговой аттестации определяется на основе проведения итогового междисциплинарного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы

Таблица 2

Код компетенций по ФГОС	Этапы формирования компетенций			
	СЕМЕСТРЫ			
	V	VI	VII	VIII
				6 нед.
1	2	3	4	6
УК-1	-	-	-	+
УК-2	-	-	-	+
УК-3	-	-	-	+
УК-4	-	-	-	+
УК-5	-	-	-	+
УК-6	-	-	-	+
УК-7	-	-	-	+
УК-8	2	3	4	6
ОПК-1	-	-	-	+
ОПК-2	-	-	-	+
ОПК-3	-	-	-	+
ОПК-4	-	-	-	+
ОПК-5	2	3	4	6
ОПК-6	-	-	-	+
ОПК-7	-	-	-	+
ПК-1	-	-	-	+
ПК-2	-	-	-	+
ПК-3	-	-	-	+
ПК-4	-	-	-	+

СРС – самостоятельная работа студентов; Знак «+» соответствует формированию компетенции.

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

В рамках Государственной итоговой аттестации оценка уровня сформированности компетенций т в ходе проведения итогового междисциплинарного государственного экзамена осуществляется на основе руководства следующими критериями:

- знание учебного материала предмета (учебной дисциплины);
- умение выделять существенные положения предмета;
- умение формулировать конкретные положения предмета;
- умение применять теоретические знания для анализа конкретных экономических ситуаций и решения прикладных проблем;
- общий (культурный) и специальный (профессиональный) язык ответа.

Критериями оценки ВКР являются:

- научный уровень доклада, степень освещенности в нем вопросов темы исследования, значение сделанных выводов и предложений для органа государственной власти или местного самоуправления;
- использование специальной научной литературы, нормативных актов, материалов производственной практики;
- творческий подход к разработке темы;
- правильность и научная обоснованность выводов;
- стиль изложения;
- оформление выпускной квалификационной работы (ВКР);
- степень профессиональной подготовленности, проявившаяся как в содержании выпускной квалификационной работы бакалавра, так и в процессе её защиты;
- чёткость и аргументированность ответов студента на вопросы, заданные ему в процессе защиты;
- оценки руководителя в отзыве и рецензента.

Итоговая государственная аттестация включает в себя вопросы для оценки знаний, умений и навыков, т.е. задания:

- *репродуктивного уровня*, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умения правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины (модуля);
- *реконструктивного уровня*, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;
- *творческого уровня*, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения;
- соответствие представленной в ответах информации материалам лекций, учебной литературы, интернет - ресурсам и другим источникам информации.

2.1. Описание показателей оценивания компетенций

Таблица 3

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено) или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» (зачтено) или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» (зачтено) или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» (зачтено) или высокий уровень освоения компетенции
<p>Неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции. Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах освоения учебной дисциплины. Уровень освоения дисциплины, при котором у обучаемого не сформировано более 50% компетенций. Если же учебная дисциплина выступает в качестве итогового этапа формирования компетенций (чаще всего это дисциплины профессионального цикла) оценка «неудовлетворительно» должна быть выставлена при отсутствии сформированности хотя бы одной компетенции.</p>	<p>Если обучаемый демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована, но ее уровень недостаточно высок. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне. При наличии более 50% сформированных компетенций по дисциплинам, имеющим возможность до-формирования компетенций на последующих этапах обучения. Для дисциплин итогового формирования компетенций естественно выставлять оценку «удовлетворительно», если сформированы все компетенции и более 60% дисциплин профессионального цикла «удовлетворительно».</p>	<p>Способность обучающегося продемонстрировать самостоятельное применение знаний, умений и навыков при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель при потенциальном формировании компетенции, подтверждает наличие сформированной компетенции, причем на более высоком уровне. Наличие сформированной компетенции на повышенном уровне самостоятельности со стороны обучаемого при ее практической демонстрации в ходе решения аналогичных заданий следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке. Для определения уровня освоения промежуточной дисциплины на оценку «хорошо» обучающийся должен продемонстрировать наличие 80% сформированных компетенций, из которых не менее 1/3 оценены отметкой «хорошо». Оценивание итоговой дисциплины на «хорошо» обуславливается наличием у обучаемого всех сформированных компетенций причем общепрофессиональных компетенции по учебной дисциплине должны быть сформированы не менее чем на 60% на повышенном уровне, то есть с оценкой «хорошо».</p>	<p>Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий в рамках учебной дисциплины с использованием знаний, умений и навыков, полученных как в ходе освоения данной учебной дисциплины, так и смежных дисциплин, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи. Оценка «отлично» по дисциплине с промежуточным освоением компетенций, может быть выставлена при 100% подтверждении наличия компетенций, либо при 90% сформированных компетенций, из которых не менее 2/3 оценены отметкой «хорошо». В случае оценивания уровня освоения дисциплины с итоговым формированием компетенций оценка «отлично» может быть выставлена при подтверждении 100% наличия сформированной компетенции у обучаемого, выполнены требования к получению оценки «хорошо» и освоены на «отлично» не менее 50% общепрофессиональных компетенций.</p>

2.2. Описание критериев определения уровня сформированности компетенций

Таблица 4

Уровни сформированности компетенций	Критерии определения уровня сформированности	Компетенции, формируемые в результате прохождения ГИА														
		Общекультурные компетенции (УК)								Общепрофессиональные компетенции (ОПК)						
		УК -1	УК -2	УК -3	УК -4	УК -5	УК -6	УК -7	УК -8	ОПК -1	ОПК -2	ОПК -3	ОПК -4	ОПК -5	ОПК -6	ОПК -7
Пороговый уровень	Компетенция сформирована	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Демонстрируется недостаточный уровень самостоятельности навыка															
	Обладает качеством репродукции															
Достаточный уровень	Компетенция сформирована	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка															
	Обладает качеством реконструкции															
Высокий уровень	Компетенция сформирована	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка															
	Обладает творческим качеством															

Уровни сформированности компетенций	Критерии определения уровня сформированности	Компетенции, формируемые в результате освоения прохождения ГИА			
		Профессиональные компетенции (ПК)			
		ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4
Пороговый уровень	Компетенция сформирована	+	+	+	+
	Демонстрируется недостаточный уровень самостоятельности навыка				
	Обладает качеством репродукции				
Достаточный уровень	Компетенция сформирована	+	+	+	+
	Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка				
	Обладает качеством реконструкции				
Высокий уровень	Компетенция сформирована	+	+	+	+
	Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка				
	Обладает творческим качеством				

2.3. Описание шкал оценивания

В Дагестанском государственном техническом университете внедрена модульно-рейтинговая система оценки учебной деятельности студентов. В соответствии с этой системой применяются пятибалльная, двадцатибалльная и стобальная шкалы знаний, умений, навыков.

Шкалы оценивания			Критерии оценивания
пятибалльная	двадцатибалльная	стобальная	
«Отлично» - 5 баллов	«Отлично» - 18-20 баллов	«Отлично» - 85 баллов	Показывает высокий уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> – продемонстрирует глубокое и прочное усвоение материала; – исчерпывающе, четко, последовательно, грамотно и логически стройно излагает теоретический материал; – правильно формирует определения; – демонстрирует умения самостоятельной работы с нормативно-правовой литературой; – умеет делать выводы по излагаемому материалу.
«Хорошо» - 4 баллов	«Хорошо» - 15-17 баллов	«Хорошо» - 70-84 баллов	Показывает достаточный уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует достаточно полное знание материала, основных теоретических положений; – достаточно последовательно, грамотно логически стройно излагает материал; – демонстрирует умения ориентироваться в нормальной литературе; – умеет делать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
«Удовлетворительно» - 3 баллов	«Удовлетворительно» - 12-14 баллов	«Удовлетворительно» - 56-69 баллов	Показывает пороговый уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует общее знание изучаемого материала; – испытывает серьезные затруднения при ответах на дополнительные вопросы; – знает основную рекомендуемую литературу; – умеет строить ответ в соответствии со структурой излагаемого материала.
«Неудовлетворительно» - 2 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-11 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-56 баллов	Ставится в случае: <ul style="list-style-type: none"> – незнания значительной части программного материала; – не владения понятийным аппаратом дисциплины; – допущения существенных ошибок при изложении учебного материала; – неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; – неумение делать выводы по излагаемому материалу.

2.4. Определение уровня сформированности компетенций в результате прохождения ГИА

Таблица 6

№	Код компетенций по ФГОС	Уровни сформированности компетенций		
		Пороговый	Достаточный	Высокий
1	2	3	4	5
1	УК-1	<p>Знает методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа слабо (на пороговом уровне, или на «удовлетворительно»).</p> <p>Умеет получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов; собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и решений на основе экспериментальных действий слабо.</p> <p>Владеет исследованием проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявлением научных проблем и использованием адекватных методов для их решения; демонстрацией оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций слабо.</p>	<p>Знает методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа на достаточном уровне (на «хорошо»).</p> <p>Умеет получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов; собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и решений на основе экспериментальных действий на достаточном уровне.</p> <p>Владеет исследованием проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявлением научных проблем и использованием адекватных методов для их решения; демонстрацией оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций на достаточном уровне.</p>	<p>Знает методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов; собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и решений на основе экспериментальных действий полноценно.</p> <p>Владеет исследованием проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявлением научных проблем и использованием адекватных методов для их решения; демонстрацией оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций</p>

				полноценно.
2	УК-2	<p>Знает юридические основания для представления и описания результатов деятельности; правовые нормы для оценки результатов решения задач; правовые нормы, предъявляемые к способам решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений слабо (на пороговом уровне, или на «удовлетворительно»).</p> <p>Умеет обосновывать правовую целесообразность полученных результатов; проверять и анализировать профессиональную документацию; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации деятельности; анализировать нормативную документацию слабо.</p> <p>Владеет правовыми нормами в области, соответствующей профессиональной деятельности; правовыми нормами разработки технического задания проекта, правовыми нормами реализации профильной профессиональной работы; правовыми нормами проведения профессионального обсуждения результатов</p>	<p>Знает юридические основания для представления и описания результатов деятельности; правовые нормы для оценки результатов решения задач; правовые нормы, предъявляемые к способам решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений на достаточном уровне (на «хорошо»).</p> <p>Умеет обосновывать правовую целесообразность полученных результатов; проверять и анализировать профессиональную документацию; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации деятельности; анализировать нормативную документацию на достаточном уровне.</p> <p>Владеет правовыми нормами в области, соответствующей профессиональной деятельности; правовыми нормами разработки технического задания проекта, правовыми нормами реализации профильной профессиональной работы; правовыми нормами проведения профессионального обсуждения</p>	<p>Знает юридические основания для представления и описания результатов деятельности; правовые нормы для оценки результатов решения задач; правовые нормы, предъявляемые к способам решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет обосновывать правовую целесообразность полученных результатов; проверять и анализировать профессиональную документацию; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации деятельности; анализировать нормативную документацию полноценно.</p> <p>Владеет правовыми нормами в области, соответствующей профессиональной деятельности; правовыми нормами разработки технического задания проекта, правовыми нормами реализации профильной профессиональной работы; правовыми нормами проведения профессионального обсуждения</p>

		деятельности слабо .	результатов деятельности на достаточном уровне .	результатов деятельности полноценно .
3	УК-3	<p>Знает методы социального взаимодействия и реализации своей роли в команде</p> <p>слабо (на пороговом уровне, или на «удовлетворительно»).</p> <p>Умеет осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p> <p>слабо.</p> <p>Владеет способностью осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде слабо.</p>	<p>Знает методы социального взаимодействия и реализации своей роли в команде</p> <p>на достаточном уровне (на «хорошо»).</p> <p>Умеет осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p> <p>на достаточном уровне.</p> <p>Владеет способностью осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде на достаточном уровне.</p>	<p>Знает методы социального взаимодействия и реализации своей роли в команде</p> <p>полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p> <p>полноценно.</p> <p>Владеет способностью осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде полноценно.</p>
4	УК-4	<p>Знает методы осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)слабо (на пороговом уровне, или на «удовлетворительно»).</p> <p>Умеет осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и</p>	<p>Знает методы осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)на достаточном уровне (на «хорошо»).</p> <p>Умеет осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)на достаточном</p>	<p>Знает методы осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и</p>

		<p>иностранном(ых) языке(ах)слабо.</p> <p>Владеет способностью осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)слабо.</p>	<p>уровне.</p> <p>Владеет способностью осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)на достаточном уровне.</p>	<p>иностранном(ых) языке(ах)полноценно.</p> <p>Владеет способностью осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)полноценно.</p>
5	УК-5	<p>Знает межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах слабо (на пороговом уровне, или на «удовлетворительно»).</p> <p>Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах слабо.</p> <p>Владеет способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах слабо.</p>	<p>Знает межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах на достаточном уровне («на «хорошо»).</p> <p>Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах на достаточном уровне.</p> <p>Владеет способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах на достаточном уровне.</p>	<p>Знает межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах полноценно.</p> <p>Владеет способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах полноценно.</p>
6	УК-6	<p>Знает методы управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни слабо (на пороговом уровне, или на «</p>	<p>Знает методы управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни на достаточном уровне («на «хорошо»).</p>	<p>Знает методы управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>

		<p>удовлетворительно»).</p> <p>Умеет управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни слабо.</p> <p>Владеет способностью управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни слабо.</p>	<p>Умеет управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни на достаточном уровне.</p> <p>Владеет способностью управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни на достаточном уровне.</p>	<p>полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни полноценно.</p> <p>Владеет способностью управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни полноценно.</p>
7	УК-7	<p>Знает способы поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности слабо (на пороговом уровне, или на «удовлетворительно»).</p> <p>Умеет поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности слабо.</p> <p>Владеет должным уровнем физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности слабо.</p>	<p>Знает способы поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности на достаточном уровне («на «хорошо»).</p> <p>Умеет поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности на достаточном уровне.</p> <p>Владеет должным уровнем физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности на достаточном уровне.</p>	<p>Знает способы поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности полноценно.</p> <p>Владеет должным уровнем физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности полноценно.</p>

8	УК-8	<p>Знает способы создания и поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций слабо (на пороговом уровне, или на «удовлетворительно»).</p> <p>Умеет создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций слабо.</p> <p>Владеет способами создания и поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций слабо.</p>	<p>Знает способы создания и поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций на достаточном уровне («на «хорошо»).</p> <p>Умеет создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций на достаточном уровне.</p> <p>Владеет способами создания и поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций на достаточном уровне.</p>	<p>Знает способы создания и поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций полноценно.</p> <p>Владеет способами создания и поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций полноценно.</p>
9	ОПК-1	<p>Знает алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий; генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор слабо (на пороговом уровне, или на «удовлетворительно»).</p> <p>Умеет осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с</p>	<p>Знает алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий; генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор на достаточном уровне (на «хорошо»).</p> <p>Умеет осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в</p>	<p>Знает алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий; генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных</p>

		<p>нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем слабо.</p> <p>Владеет механизмами выявления отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и(или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ слабо.</p>	<p>соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем на достаточном уровне.</p> <p>Владеет механизмами выявления отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ на достаточном уровне.</p>	<p>продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем полноценно.</p> <p>Владеет механизмами выявления отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и(или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ полноценно.</p>
10	ОПК-2	<p>Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития слабо (на пороговом уровне, или на «удовлетворительно»).</p> <p>Умеет применять накопленные знания при ведении диалога, переписке, переговорам в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов слабо.</p> <p>Владеет способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов слабо.</p>	<p>Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития на достаточном уровне (на «хорошо»).</p> <p>Умеет применять накопленные знания при ведении диалога, переписке, переговорам в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов на достаточном уровне.</p> <p>Владеет способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов на достаточном уровне.</p>	<p>Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет применять накопленные знания при ведении диалога, переписке, переговорам в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов полноценно.</p> <p>Владеет способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов</p>

				полноценно.
11	ОПК-3	<p>Знает современные техники установления профессиональных контактов слабо (на пороговом уровне, или на «удовлетворительно»).</p> <p>Умеет применять техники установления профессиональных контактов и развития профессионального общения слабо.</p> <p>Владет навыками развития профессионального общения слабо.</p>	<p>Знает современные техники установления профессиональных контактов на достаточном уровне (на «хорошо»).</p> <p>Умеет применять техники установления профессиональных контактов и развития профессионального общения на достаточном уровне.</p> <p>Владет навыками развития профессионального общения на достаточном уровне.</p>	<p>Знает современные техники установления профессиональных контактов полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет применять техники установления профессиональных контактов и развития профессионального общения полноценно.</p> <p>Владет навыками развития профессионального общения полноценно.</p>
12	ОПК-4	<p>Знает современные методы делового общения в интернациональной среде, тенденции и подходы к профессиональному взаимодействию на международном уровне, необходимые для успешного функционирования бизнеса и развития общества слабо (на пороговом уровне, или на «удовлетворительно»).</p> <p>Умеет использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран, развивающие потенциал бизнеса и общества; слабо.</p> <p>Владет навыками делового общения в интернациональной среде, использования особенностей местной деловой культуры</p>	<p>Знает современные методы делового общения в интернациональной среде, тенденции и подходы к профессиональному взаимодействию на международном уровне, необходимые для успешного функционирования бизнеса и развития общества на достаточном уровне (на «хорошо»).</p> <p>Умеет использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран, развивающие потенциал бизнеса и общества; на достаточном уровне.</p> <p>Владет навыками делового общения в</p>	<p>Знает современные методы делового общения в интернациональной среде, тенденции и подходы к профессиональному взаимодействию на международном уровне, необходимые для успешного функционирования бизнеса и развития общества полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран, развивающие потенциал бизнеса и общества; полноценно.</p> <p>Владет навыками делового общения в интернациональной среде,</p>

		зарубежных стран для повышения ее эффективности деловых взаимодействий. слабо.	интернациональной среде, использования особенностей местной деловой культуры зарубежных стран для повышения ее эффективности деловых взаимодействий. на достаточном уровне.	использования особенностей местной деловой культуры зарубежных стран для повышения ее эффективности деловых взаимодействий. полноценно.
13	ОПК-5	<p>Знает современные методики проведения анализа развития рекламного рынка для планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования слабо (на пороговом уровне, или на «удовлетворительно»).</p> <p>Умеет применять методы количественного и качественного анализа при разработке стратегических и целевых программ коммуникационной кампании применяемых в медиакоммуникационных системах региона, страны и мира слабо.</p> <p>Владет навыками проведения SWOT- анализа, PEST –анализа и т.п. при работе в медиакоммуникационных систем региона, страны и мира слабо.</p>	<p>Знает современные методики проведения анализа развития рекламного рынка для планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования на достаточном уровне (на «хорошо»).</p> <p>Умеет применять методы количественного и качественного анализа при разработке стратегических и целевых программ коммуникационной кампании применяемых в медиакоммуникационных системах региона, страны и мира на достаточном уровне.</p> <p>Владет навыками проведения SWOT- анализа, PEST –анализа и т.п. при работе в медиакоммуникационных систем региона, страны и мира на достаточном уровне.</p>	<p>Знает современные методики проведения анализа развития рекламного рынка для планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет применять методы количественного и качественного анализа при разработке стратегических и целевых программ коммуникационной кампании применяемых в медиакоммуникационных системах региона, страны и мира полноценно.</p> <p>Владет навыками проведения SWOT- анализа, PEST –анализа и т.п. при работе в медиакоммуникационных систем региона, страны и мира полноценно.</p>
14	ОПК-6	Знает современные техники установления	Знает современные техники установления	Знает современные техники установления

		<p>профессиональных контактов слабо (на пороговом уровне, или на «удовлетворительно»).</p> <p>Умеет применять техники установления профессиональных контактов и развития профессионального общения; слабо.</p> <p>Владеет навыками развития профессионального общения слабо.</p>	<p>профессиональных контактов на достаточном уровне (на «хорошо»).</p> <p>Умеет применять техники установления профессиональных контактов и развития профессионального общения; на достаточном уровне.</p> <p>Владеет навыками развития профессионального общения на достаточном уровне.</p>	<p>профессиональных контактов полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет применять техники установления профессиональных контактов и развития профессионального общения; полноценно.</p> <p>Владеет навыками развития профессионального общения полноценно.</p>
15	ОПК-7	<p>Знает основные этические и правовые регуляторы, разработанные профессиональным сообществом; особенности проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности слабо (на пороговом уровне, или на «удовлетворительно»).</p> <p>Умеет использовать социальные регуляторы в своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; четко определять цели и задачи развития той или иной сферы рекламной деятельности и применять адекватные инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческого решения слабо.</p>	<p>Знает основные этические и правовые регуляторы, разработанные профессиональным сообществом; особенности проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности на достаточном уровне (на «хорошо»).</p> <p>Умеет использовать социальные регуляторы в своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; четко определять цели и задачи развития той или иной сферы рекламной деятельности и применять адекватные инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческого решения на достаточном уровне.</p>	<p>Знает основные этические и правовые регуляторы, разработанные профессиональным сообществом; особенности проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет использовать социальные регуляторы в своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; четко определять цели и задачи развития той или иной сферы рекламной деятельности и применять адекватные инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческого решения</p>

		<p>Владеет методами отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом слабо.</p>	<p>Владеет методами отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом на достаточном уровне.</p>	<p>полноценно.</p> <p>Владеет методами отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом полноценно.</p>
16	ПК-1	<p>Знает теорию и методологию создания и обеспечения эффективного функционирования инфраструктурных объектов организации, ориентированных на сопровождение ее коммуникационной кампаний и мероприятий; особенности составления бюджетной и финансовой отчетности, распределения ресурсов с учетом последствий влияния различных методов и способов на результаты деятельности малых и средних предприятий в сфере рекламной деятельности слабо (на пороговом уровне, или на «удовлетворительно»).</p> <p>Умеет планировать и контролировать действия организации в сфере создания ее эффективной коммуникационной инфраструктуры; слабо.</p>	<p>Знает теорию и методологию создания и обеспечения эффективного функционирования инфраструктурных объектов организации, ориентированных на сопровождение ее коммуникационной кампаний и мероприятий; особенности составления бюджетной и финансовой отчетности, распределения ресурсов с учетом последствий влияния различных методов и способов на результаты деятельности малых и средних предприятий в сфере рекламной деятельности на достаточном уровне (на «хорошо»).</p> <p>Умеет планировать и контролировать действия организации в сфере создания ее эффективной коммуникационной инфраструктуры; на достаточном уровне.</p> <p>Владеет</p>	<p>Знает теорию и методологию создания и обеспечения эффективного функционирования инфраструктурных объектов организации, ориентированных на сопровождение ее коммуникационной кампаний и мероприятий; особенности составления бюджетной и финансовой отчетности, распределения ресурсов с учетом последствий влияния различных методов и способов на результаты деятельности малых и средних предприятий в сфере рекламной деятельности полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет планировать и контролировать действия организации в сфере создания ее эффективной коммуникационной инфраструктуры; ор полноценно.</p>

		<p>Владеет навыками разработки и реализации программ функционирования и ресурсного обеспечения объектов коммуникационной инфраструктуры соответственно со стоящими целями перспективного развития коммуникационной деятельности и организации в целом;</p> <p>навыками составления рекламного бюджета в интересах организации для увеличения продаж продукции СМИ слабо.</p>	<p>навыками разработки и реализации программ функционирования и ресурсного обеспечения объектов коммуникационной инфраструктуры соответственно со стоящими целями перспективного развития коммуникационной деятельности и организации в целом;</p> <p>навыками составления рекламного бюджета в интересах организации для увеличения продаж продукции СМИ на достаточном уровне.</p>	<p>Владеет навыками разработки и реализации программ функционирования и ресурсного обеспечения объектов коммуникационной инфраструктуры соответственно со стоящими целями перспективного развития коммуникационной деятельности и организации в целом;</p> <p>навыками составления рекламного бюджета в интересах организации для увеличения продаж продукции СМИ полноценно.</p>
17	ПК-2	<p>Знает современные теории и парадигмы постановки и обоснования стратегических целей разрабатываемых коммуникационных кампаний и мероприятий, необходимые для балансирования цикла коммуникационной деятельности организации слабо (на пороговом уровне, или на «удовлетворительно»).</p> <p>Умеет использовать инструментарий, методы, модели и механизмы руководства проектированием и планированием коммуникационных кампаний и мероприятий по критерию достижения эффективного уровня затрат организации слабо.</p>	<p>Знает современные теории и парадигмы постановки и обоснования стратегических целей разрабатываемых коммуникационных кампаний и мероприятий, необходимые для балансирования цикла коммуникационной деятельности организации на достаточном уровне (на «хорошо»).</p> <p>Умеет использовать инструментарий, методы, модели и механизмы руководства проектированием и планированием коммуникационных кампаний и мероприятий по критерию достижения эффективного уровня затрат организации на достаточном уровне.</p>	<p>Знает современные теории и парадигмы постановки и обоснования стратегических целей разрабатываемых коммуникационных кампаний и мероприятий, необходимые для балансирования цикла коммуникационной деятельности организации полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет использовать инструментарий, методы, модели и механизмы руководства проектированием и планированием коммуникационных кампаний и мероприятий по критерию достижения эффективного уровня затрат организации полноценно.</p>

		<p>Владеет навыками подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий как составной части экономической активности организации в условиях меняющейся рыночной среды слабо.</p>	<p>Владеет навыками подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий как составной части экономической активности организации в условиях меняющейся рыночной среды на достаточном уровне.</p>	<p>Владеет навыками подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий как составной части экономической активности организации в условиях меняющейся рыночной среды полноценно.</p>
18	ПК-3	<p>Знает природу процесса принятия решения и основные этапы разработки и реализации управленческого решения при подготовке к выпуску, производству и распространению рекламной продукции слабо (на пороговом уровне, или на «удовлетворительно»).</p> <p>Умеет находить оптимальные организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы слабо.</p> <p>Владеет навыками разработки и реализации оптимальных для организации решений, оценки результатов и последствий принятого управленческого решения при создании рекламной продукции и</p>	<p>Знает природу процесса принятия решения и основные этапы разработки и реализации управленческого решения при подготовке к выпуску, производству и распространению рекламной продукции на достаточном уровне (на «хорошо»).</p> <p>Умеет находить оптимальные организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы на достаточном уровне.</p> <p>Владеет навыками разработки и реализации оптимальных для организации решений, оценки результатов и последствий принятого управленческого решения при создании рекламной продукции и</p>	<p>Знает природу процесса принятия решения и основные этапы разработки и реализации управленческого решения при подготовке к выпуску, производству и распространению рекламной продукции полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет находить оптимальные организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы полноценно.</p> <p>Владеет навыками разработки и реализации оптимальных для организации решений, оценки результатов и последствий принятого управленческого решения при создании рекламной продукции и продвижения продукции СМИ</p>

		продвижения продукции СМИ слабо.	продвижения продукции СМИ на достаточном уровне.	полноценно.
19	ПК-4	<p>Знает современные теории и приемы оценки качества и эффективности коммуникационных проектов организации при обеспечении внутренней и внешней коммуникации; основы проектирования рекламные кампании слабо (на пороговом уровне, или на «удовлетворительно»).</p> <p>Умеет использовать инструментарий, методы, модели и механизмы оценки качества и эффективности коммуникационных проектов организации при обеспечении внутренней и внешней коммуникации; использовать современные методы осуществления рекламной кампании и мероприятий слабо.</p> <p>Владет навыками рационального применения методов реализации контроля и корректировки коммуникационных проектов организации в их связи и во взаимообусловленности с полученными оценками качества и эффективности при обеспечении внутренней и внешней коммуникации; навыками реализации современных</p>	<p>Знает современные теории и приемы оценки качества и эффективности коммуникационных проектов организации при обеспечении внутренней и внешней коммуникации; основы проектирования рекламные кампании на достаточном уровне (на «хорошо»).</p> <p>Умеет использовать инструментарий, методы, модели и механизмы оценки качества и эффективности коммуникационных проектов организации при обеспечении внутренней и внешней коммуникации; использовать современные методы осуществления рекламной кампании и мероприятий на достаточном уровне.</p> <p>Владет навыками рационального применения методов реализации контроля и корректировки коммуникационных проектов организации в их связи и во взаимообусловленности с полученными оценками качества и эффективности при обеспечении внутренней и внешней коммуникации; навыками реализации современных</p>	<p>Знает современные теории и приемы оценки качества и эффективности коммуникационных проектов организации при обеспечении внутренней и внешней коммуникации; основы проектирования рекламные кампании полноценно (на высоком уровне, на «отлично»).</p> <p>Умеет использовать инструментарий, методы, модели и механизмы оценки качества и эффективности коммуникационных проектов организации при обеспечении внутренней и внешней коммуникации; использовать современные методы осуществления рекламной кампании и мероприятий полноценно.</p> <p>Владет навыками рационального применения методов реализации контроля и корректировки коммуникационных проектов организации в их связи и во взаимообусловленности с полученными оценками качества и эффективности при обеспечении внутренней и внешней коммуникации; навыками реализации современных</p>

		инновационных технологий в рекламной кампании слабо.	инновационных технологий в рекламной кампании на достаточном уровне.	инновационных технологий в рекламной кампании полноценно.
--	--	---	---	--

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

3.1. Вопросы к междисциплинарному государственному экзамену

1. Предмет и базовые аспекты теории коммуникации
2. Методы исследования и анализа коммуникации
3. Коммуникационный процесс и его структура.
4. Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли.
5. Коммуникативные барьеры, сопряженные с передачей информации.
6. Коммуникация как функция управления организацией.
7. Понятия и основные теории межкультурной коммуникации, принципы.
8. Средства массовой коммуникации как социальная подсистема.
9. Особенности политической коммуникации в современном обществе.
10. Коммерческая и социальная реклама в СМК.
11. Социологические исследования основных звеньев коммуникативного процесса.
12. Психологические характеристики процесса массовой коммуникации.
13. Влияние общества на средства массовой коммуникации.
14. Массовая информация и ее роль в современном мире.
15. Уровни функционирования СМК и их критерии
16. Тенденция развития основных средств массовой информации
17. Система журналистских жанров. Свободы прессы и ее социальная ответственность.
18. Способы получения информации и практическая работа с источниками информации.
19. Стандарты информации и оценка качества текстов материалов современных СМИ.
20. Сущность и основные положения концепции интегрированных коммуникаций и интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК).
21. Модели и стратегии интегрированных коммуникаций.
22. Современные технологии интегрированных коммуникаций.
23. Бизнес-план и его особенности его создания
24. Реклама и связи с общественностью: общее и специфическое.
25. Специальные и promotion PR-мероприятия.
26. Корпоративные "public relations": формирование имиджа и управление репутацией.
27. Подготовка и рассылка пресс-релизов, организация пресс-мероприятий.
28. Способы, формы и методы привлечения внимания к рекламируемому товару или услуге.
29. Создание рекламного образа товара или компании.
30. Отдел рекламы и связей с общественностью в структуре организации.
31. Поддержание деловых отношений с типографиями, студиями компьютерной графики, съемочными группами и студиями звукозаписи.
32. Способы оценки эффективности работы корпоративной службы по связям с общественностью.
33. Предмет, принципы и методология маркетингового исследования.
34. Методология маркетингового анализа (включая ситуационный).
35. Ситуационный анализ: понятие, функции, составные части.
36. Конъюнктурный анализ рынка с элементами ситуационного анализа.
37. Стратегический анализ рынка с использованием ситуационного анализа.
38. Применение маркетинговых исследований в рекламной и СО деятельности.
39. Сущность и содержание коммерческой деятельности.

40. Государственное и международное регулирование коммерческой и предпринимательской деятельности.
41. Эффективность коммерческой деятельности.
42. Внешнеэкономическая деятельность предприятия.
43. Организация коммерческой деятельности в сфере рекламы и СО.
44. Коммуникационные кампании в процессе рекламной и ПР – деятельности.
45. Методики изучения аудитории и их разнообразие.
46. Планирование как очередной шаг в области разработки, проведения рекламных и ПР – кампаний.
47. Анализ основных этапов процесса планирования.
48. Коммуникация и специфика выбора каналов передачи информации.
49. Коммуникации применяемые при проведении рекламных и ПР – кампаний.
50. Оценка эффективности рекламных и ПР – кампаний.
51. Проблема составления бюджета ПР - кампании.
52. Особенности разработки и реализации рекламных и ПР – кампаний в различных сферах общественной жизни.
53. Понятие бренда и его отличительные черты от торговой марки.
54. Брендинг: создание и управление брендом.
55. Управление компанией - управление капиталом бренда.
56. Определение марки, бренда и марочного капитала.
57. Основные методы маркетинговых исследований, применяемые в современном брендинге.
58. Проведение маркетинговых исследований при стратегическом планировании бренда.
59. Исследовательские методы поиска идей для атрибутики бренда.
60. Общественное мнение и публичность.
61. Взаимодействие общественного мнения и средств массовой информации
62. Опросы общественного мнения как инструмент анализа в кризисной ситуации.
63. Методика анализа социально - экономических факторов, влияющих на формирование общественного мнения.
64. Современные методы изучения общественного мнения.
65. Сущность понятия рекламы, история возникновения рекламы как сферы профессиональной деятельности.
66. Структура и специфика современной рекламной индустрии.
67. Оценка эффективности PR и рекламных кампаний.
68. Цель, задачи, субъектная структура PR.
69. Понятийный аппарат теории PR: публицити, публицитный капитал, дискурс, общественное мнение, имидж.
70. Понятие общественности, группы общественности, стейкхолдеры, целевые группы: соотношение понятий.
71. Основные подходы к типологии групп общественности.
72. Событийный PR. Типология специальных событий и специальных мероприятий. Технологии планирования и организации специальных мероприятий.
73. Основные модели PR-деятельности.
74. Специфика деятельности PR-службы в государственном секторе: структура, функции, содержание деятельности.
75. Специфика деятельности PR-службы в политическом секторе: структура, функции, деятельности.

76. Специфика деятельности PR-службы в коммерческом секторе: содержание структура, функции деятельности.
77. Специфика деятельности PR-службы в некоммерческом секторе: содержание, структура, функции деятельности.
78. Функциональные принципы построения отдела по рекламе и связям с общественностью.
79. Место и статус отдела по рекламе и связям с общественностью в системе менеджмента компании.
80. Профессиональные требования к специалистам отдела по рекламе и связям с общественностью.
81. Мотивация персонала и оценка эффективности труда.
82. Правовое регулирование рекламной деятельности.
83. Правовое регулирование рекламы, журналистики и авторского права.
84. Правовой статус рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламодиспетчеров.
85. Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности.
86. Анализ исторических вех возникновения правовых норм, и современных законов и нормативных актов, регламентирующих информационную и рекламную деятельность в России и за рубежом.
87. Ненадлежащей рекламные приемы и правовые способы защита прав потребителей от недобросовестной рекламы.
88. Правовая организация института СМИ, освещаются принципы свободы массовой информации.
89. Авторского права: понятие, защита, восстановление нарушенного права.
90. Профессиональные зарубежные и отечественные кодексы этики, нравственные и социальные институты рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью.
91. Правовая охрана средств индивидуализации товаров, работ, услуг, участников экономических отношений.
92. Юридическая ответственность в сфере рекламы
93. Российский рекламный рынок: состояние, особенности и перспективы развития.
94. Перспективные направления рекламной деятельности.
95. Использование средств массовой информации в процессе формирования имиджа.
96. Факторы внутреннего влияния на поведения потребителей.
97. Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта.
98. Творческое производство рекламного продукта в СМИ с позиции влияния на потребителя.
99. Жанры рекламы с позиции анализа влияния на потребителя.
100. Модели последовательного поведения потребителей и их роль в стратегическом планировании рекламы.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

В качестве методического материала рекомендуется использовать:

1. Положение о ФОС в ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет».
2. Положение ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет» о модульно-рейтинговой системе оценки учебной деятельности студентов.
3. Процедура проведения оценочных мероприятий.

4.1. Процедура проведения оценочных мероприятий

Государственная итоговая аттестация осуществляется после освоения обучающимися в полном объеме учебного плана/индивидуального учебного плана по основной профессиональной образовательной программе. ГИА включает в себя: подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена и выполнение и защиту выпускной квалификационной работы.

Цель государственной итоговой аттестации заключается в установлении соответствия уровня профессиональной подготовленности выпускника к решению профессиональных задач, а также требованиям к результатам освоения по направлению подготовки 42.03.01- Реклама и связи с общественностью, установленным ФГОС ВО и ОПОП направления.