

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			31,5	934	696	238	606	328	496	438	348	586
2.1	Этика и психология делового общения	СП 5	з	1,5	46	36	10	30	16	24	22	18	28
2.2	Графический дизайн	СП 7 - СП 10, СП 36, СП 37	кр	3	80	60	20	52	28	42	38	30	50
2.3	Информационные технологии в рекламной деятельности	СП 10, СП 11	з	1,5	52	40	12	34	18	28	24	20	32
2.4	Маркетинг	СП 1 - СП 4, СП 12 - СП 14, СП 21	э	3	80	60	20	52	28	42	38	30	50
2.5	Менеджмент	СП 15 - СП 17	э	3	68	52	16	44	24	38	30	26	42
2.6	Психология рекламы	СП 27	з	1	40	30	10	26	14	22	18	14	26
2.7	Рекламный креатив	СП 6, СП 28, СП 29	з	1	40	30	10	26	14	22	18	14	26
2.8	Брендинг	СП 35 - СП 37	р	1	40	30	10	26	14	22	18	14	26
2.9	Связи с общественностью	СП 5, СП 38	з	1,5	52	40	12	34	18	28	24	20	32
2.10	Реклама в сети Интернет	СП 6, СП 18, СП 19	э	3	80	60	20	52	28	42	38	30	50
2.11	Медиапланирование	СП 2, СП 22 - СП 26	з	1	40	30	10	26	14	22	18	14	26

2.12	Рекламные технологии	СП 1, СП 2, СП 6, СП 13, СП 14, СП 18, СП 24, СП 30 - СП 34	э	4	108	78	30	70	38	56	52	40	68
2.13	Рекламный менеджмент	СП 1, СП 2, СП 14, СП 20, СП 21	э	4	108	78	30	70	38	56	52	40	68
2.14	Учебная дисциплина, модуль по выбору учреждения образования	СП 39	з	3	100	72	28	64	36	52	48	38	62
ВСЕГО				33,5	1006	736	270	644	362	528	478	380	626

Количество зачетных единиц (кредитов)			
Стажировка	Дипломное проектирование и защита дипломной работы (проекта)**	Государственный экзамен по дисциплинам 2.12, 2.13**	Всего по плану
-	4,5	1,5	35/38

Код компетенции	Наименование компетенции	Код учебной дисциплины, модуля
БП 1	Знать основы регулирования правовой, политической и экономической системы государства, порядок формирования и функционирования государственных органов	1.1
БП 2	Уметь толковать и применять акты законодательства в сфере профессиональной деятельности, принимать решения в соответствии с законодательством	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 по охране труда в пределах выполнения своих трудовых функций (или) должностных	1.3

	обязанностей	
СП 1	Знать принципы формирования рекламной стратегии организации	2.4, 2.12, 2.13
СП 2	Уметь осуществлять руководство, планирование и координацию работ по проведению рекламных кампаний	2.4, 2.11, 2.12, 2.13
СП 3	Знать методы проведения маркетинговых исследований и интерпретации данных и уметь составлять отчет о проведенном маркетинговом исследовании	2.4
СП 4	Уметь исследовать маркетинговую среду организации	2.4
СП 5	Уметь осуществлять эффективные деловые коммуникации с партнерами, СМИ, рекламными агентствами, лидерами мнений, экспертами и иное	2.1, 2.9
СП 6	Знать и уметь применять инновационные технологии и инструменты рекламной деятельности	2.7, 2.10, 2.12
СП 7	Знать основы графического дизайна	2.2
СП 8	Знать основные теории цвета, законы и принципы композиции	2.2
СП 9	Знать современные пакеты компьютерных программ графики и верстки	2.2
СП 10	Уметь работать с основными программными продуктами информационных технологий: текстовыми, графическими и табличными процессорами, средствами подготовки презентаций	2.2-2.3
СП 11	Уметь использовать современные информационные ресурсы и сервисы глобальной компьютерной сети Интернет (далее - сеть Интернет) в профессиональной деятельности	2.3
СП 12	Знать основные маркетинговые концепции управления	2.4
СП 13	Знать методы продвижения инновационного продукта	2.4, 2.12
СП 14	Уметь использовать методы, технологии и инструменты маркетинга в профессиональной деятельности	2.4, 2.12, 2.13
СП 15	Знать функции управления организацией и их основное содержание	2.5
СП 16	Знать содержание организационных процессов, организационной культуры и основы управления ими	2.5
СП 17	Уметь применять методики управления организационными процессами	2.5
СП 18	Знать принципы рекламной коммуникации в сети Интернет	2.10, 2.12
СП 19	Знать средства распространения рекламы в сети Интернет	2.10
СП 20	Знать методы рекламного менеджмента и уметь применять их в зависимости от ситуации и специфики объектов управления	2.13
СП 21	Знать цели, задачи и виды рекламных кампаний	2.4, 2.13
СП 22	Уметь составлять медиаплан и оценивать его эффективность	2.11
СП 23	Знать критерии отбора эффективных рекламных средств	2.11, 2.12
СП 24	Уметь оценивать эффективность рекламной кампании	2.11, 2.12
СП 25	Знать основополагающие понятия, термины и категории медиапланирования	2.11
СП 26	Знать источники информации для составления медиаплана и формирования отчетности о проведенной рекламной кампании	2.11
СП 27	Знать основные методы и психологические механизмы воздействия рекламы на поведение потребителя	2.6
СП 28	Знать сущность креативности в рекламе, виды и функции рекламного креатива	2.7

СП 29	Уметь разрабатывать креативные идеи в сфере рекламы	2.7
СП 30	Уметь использовать эффективные технологии в наружной рекламе, теле-и радиорекламе, рекламе в сети Интернет, газетной и журнальной рекламе, в прямой почтовой рассылке и иных рекламных каналах	2.12
СП 31	Знать особенности технологий распространения рекламной информации в зависимости от видов рекламы	2.12
СП 32	Знать коммуникативные стратегии и тактики, применяемые в рекламе	2.12
СП 33	Уметь анализировать средства, способы и последовательности рекламных воздействий	2.12
СП 34	Уметь осуществлять рациональный выбор рекламных технологий применительно к различным сферам общественной жизни и отраслям экономики	2.12
СП 35	Знать сущность и принципы брендинга	2.8
СП 36	Знать составляющие элементы фирменного стиля, их назначение и особенности	2.2, 2.8
СП 37	Уметь формировать фирменный стиль и имидж организации	2.2, 2.8
СП 38	Знать и уметь использовать эффективные способы взаимодействия со СМИ	2.9
СП 39	Специализированная компетенция определяется учреждением образования	2.14

* Продолжительность обучения при введении каникул.

**Форма итоговой аттестации определяется по выбору учреждения образования.

Примечание. При заполнении применяются следующие условные обозначения: А/з – аудиторные занятия, С/р – самостоятельная работа, э – экзамен, з – зачет, дз – дифференцированный 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