

2018

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова»

УТВЕРЖДЕНО
Ученым советом университета
Протокол № 1 от 25.01.2018 г.



Ректор,
Председатель ученого совета университета
Е. В. Кудряшова

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки/ специальность **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) образовательной программы «**Реклама и связи с общественностью**»

Тип образовательной программы **прикладной бакалавриат**

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Высшая школа социально-гуманитарных наук и международной коммуникации

1 Общие положения

1.1 Основная профессиональная образовательная программа (далее – ОПОП) бакалавриата, реализуемая федеральным государственным автономным образовательным учреждением высшего профессионального образования «Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова (далее – Университет) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью представляет собой систему документов, разработанных и утвержденных с учетом требований рынка труда на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного 11.08.2016 года, приказ №997, самостоятельно установленных университетом (далее – ОС ВО), а также с учетом рекомендованной примерной образовательной программы.

ОПОП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя учебный план, календарный учебный график, рабочие программы модулей/ дисциплин, программы практик, государственной итоговой аттестации и другие материалы.

1.2 Нормативные документы для разработки ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

– Федеральный закон Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» (от 29.12.2012 № 273-ФЗ);

– Федеральный государственный образовательный стандарт бакалавриата по направлению подготовки высшего образования 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержден 11 августа 2016 г., №997

– Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Минобрнауки РФ от 19.12.2013 № 1367;

– Методические рекомендации по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утвержденные заместителем Министра образования и науки Российской Федерации Климовым А.А. 08.04.2014 № АК-44/05;

– Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных

профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов, утвержденные Министром образования Российской Федерации Ливановым Д.В. от 22.01.2015 № ДЛ-01/05вн;

– Методические рекомендации по разработке и реализации образовательных программ высшего образования уровня бакалавриата. Тип образовательной программы «Прикладной бакалавриат». Утверждены Заместителем министра образования Российской Федерации Климовым А.А. от 11.09.2014 АК-2916/05вн;

– Устав Университета;

– Другие локальные нормативные акты университета (<http://narfu.ru/university/docs/orders/>).

1.3 Общая характеристика ОПОП бакалавриата:

1.3.1	Направленность (профиль) ОПОП	нет
1.3.2	Трудоемкость ОПОП /Трудоемкость за один учебный год	240 з.е./ 60 з.е.
1.3.3	Срок освоения ОПОП по формам обучения очная – очно-заочная – заочная –	4 года
		5 лет
		5 лет
1.3.4	Язык обучения	русский
1.3.5	Цель (миссия) ОПОП	Определение обязательных требований к высшему образованию по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в САФУ
1.3.6	Актуальность, специфика, уникальность образовательной программы	<u>ОП, ориентируемая на практико-ориентированный, прикладной вид профессиональной деятельности как основной.</u> Реализуется с использованием <u>сетевой формы</u> по договору с федеральными университетами, уникальна и актуальна для рынка труда области. Выпускники кроме диплома о высшем образовании получают свидетельства об овладении рабочими профессиями (профессия - фотограф) и об изучении ряда дисциплин учебного плана в других федеральных университетах РФ.
1.3.7	Перечень профессиональных стандартов/ квалификационных требований, в соответствии с	- Приказ Министерства образования и науки РФ от 2 июля 2013 г. N 513 "Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по

	которыми разрабатывается образовательная программа	<p>которым осуществляется профессиональное обучение" (Система ГАРАНТ: http://base.garant.ru/70433916/#ixzz51nHOgPaB);</p> <ul style="list-style-type: none"> - Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 04.08. 2014 г. №535н, рег. №33973; Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 26.09. 2014 г. №727н, рег. №45230.
1.3.8	Виды профессиональной деятельности выпускников (основные и дополнительные)	<ul style="list-style-type: none"> – Основные: рекламно-информационная, – проектная, – коммуникационная, – информационно-технологическая <p>Дополнительная:</p> <ul style="list-style-type: none"> – рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая, – организационно-управленческая
1.3.9	Программа профессионального обучения (для программ прикладного бакалавриата)	<p>Фотограф (Приказ Министерства образования и науки РФ от 2 июля 2013 г. N 513 "Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение") Система ГАРАНТ: http://base.garant.ru/70433916/#ixzz51nHOgPaB</p>

1.4 Планируемые результаты освоения ОПОП бакалавриата

Тип компетенции	Наименование компетенции
<i>Общекультурные компетенции (ОК):</i>	<p>Обладает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1); - способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2); - способностью использовать основы

	<p>экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4); - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5); - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6); - способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7); - способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8); - готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).
<i>Общепрофессиональные компетенции (ОПК):</i>	<p>Обладает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1); - знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью (ОПК-2); - базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3); - умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4); - умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5); - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).
Основной вид деятельности - коммуникационная	
<i>Профессиональные компетенции (ПК):</i>	<p>Обладает способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)</p>
	<p>Обладает способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)</p>
	<p>Обладает способностью осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия (ПК-13)</p>
Дополнительный вид деятельности - рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность	

<i>Профессиональные компетенции (ПК):</i>	Обладает способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10), Обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований (ПК-9)
	Владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)
	Обладает способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14)
Основной вид деятельности – проектная деятельность и рекламно-информационная	
<i>Профессиональные компетенции (ПК):</i>	Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4)
	Способность реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5) Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8)
	Способность осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16), Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, сфере торговли (ПК-12)
Дополнительный вид деятельности – организационно-управленческая	
<i>Профессиональные компетенции (ПК):</i>	Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2); Владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3)
	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1)
	Владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15)

Таблица соответствия результатов освоения образовательной программы требованиям профессиональных стандартов/ квалификационным требованиям, международным требованиям приведена в Приложении 3.

1.5 Требования к кадровым условиям реализации ОПОП бакалавриата

Доля штатных научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) от общего количества научно-педагогических работников организации	Не менее 50 процентов
Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих образовательную программу	Не менее 70 процентов
Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признаваемое в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников	Не менее 50 процентов
Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой образовательной программы (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников	Не менее 10 процентов

1.6 Требования к материально-техническому обеспечению реализации ОПОП бакалавриата

Для реализации образовательной программы университет располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение лекционных, практических и лабораторных занятий по всем дисциплинам, научно-исследовательской работы обучающихся и соответствующей требованиям ОС.

Электронная информационно-образовательная среда университета включает:

- систему управления образовательным процессом «Tandem.University»;
- платформу Sakai (<https://sakai.pomorsu.ru/portal>);
- электронную библиотеку университета (<http://library.narfu.ru/rus/EResources/Pages/default.aspx>)
- электронное расписание (<http://ruz.narfu.ru/?inst=1>);

«Tandem.University» – комплексная информационная система, обеспечивающая автоматизацию всей деятельности университета, связанной с организацией учебного процесса. Система управления образовательным процессом органично встроена в информационное пространство университета посредством интеграционной шины данных. «Tandem.University» предоставляет другим информационным системам сведения об актуальном контингенте обучающихся и получает информацию о профессорско-преподавательском составе. Система связана с базовыми сетевыми сервисами университета, что позволяет пользователю использовать единую учетную запись.

Платформа Sakai – виртуальная среда для организации обучения и совместной работы обучающихся и преподавателя. Sakai предоставляет набор программных инструментов, предназначенных для организации обучения с применением ДОТ, и дополнительные возможности для организации обучения. На Sakai размещаются ЭУМК модулей/ дисциплин/ практик образовательной программы для организации централизованного доступа студентам и сотрудникам. Для записи на дисциплины по выбору и информирования студентов разработан сервис «Личный кабинет студента». Все ВКР проходят проверку на антиплагиат и размещаются на платформе.

Электронная библиотека университета – это информационно-образовательный ресурс университета, предназначенный для накопления, хранения и использования электронных документов и изданий по профилю образовательной и научной деятельности университета.

Электронная библиотека является частью фонда библиотеки университета и включает в себя следующие разделы:

- электронный каталог библиотеки;
- электронные издания (электронные копии печатных изданий или самостоятельные электронные издания), переданные в библиотеку авторами или правообладателями, или полученные из легитимных источников комплектования;
- электронные информационные ресурсы, доступ к которым библиотека университета организует на основе лицензионных соглашений и договоров, в порядке, определенном такими соглашениями и договорами.

Электронное расписание – это сервис для верстки и размещения расписаний занятий обучающихся институтов университета непосредственно на сайте, который позволяет организовывать доступ обучающихся к актуальному расписанию занятий из любого места и в любое время с различных устройств, имеющих выход в Интернет.

1.7 Требования к уровню подготовки абитуриента, необходимые для освоения ОПОП.

1.8 Стандарт не предусматривает выделения специальных требований к уровню подготовки абитуриентов, необходимых для освоения ОПОП.

Адаптация основной профессиональной образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в университете разработаны:

- типовые рабочие программы специализированных адаптационных модулей «Прикладная физическая культура и спорт», «Физическая культура и спорт», которые при необходимости адаптируются под особенности каждого обучающегося с соблюдением принципов здоровьесбережения и адаптивной физической культуры;

- адаптационные модули, предназначенные для устранения влияния ограничений здоровья инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с целью достижения запланированных результатов освоения образовательной программы. Выбор адаптационных модулей осуществляется обучающимися в зависимости от индивидуальных потребностей и фиксируется в индивидуальном учебном плане.

При определении мест прохождения практики инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья учитывается состояние их здоровья, доступность баз практики; при необходимости устанавливаются индивидуальные формы проведения практик с учетом личных потребностей и особенностей психофизического развития конкретных обучающихся.

2 Календарный учебный график, учебный план и матрица компетенций образовательной программы приведены в *Приложениях 4-5*.

Сетевое взаимодействие

Программа реализуется в сетевой форме

Реквизиты договора	<i>Договор о сетевой форме реализации ОП</i>
Партнеры	<i>Северо-Восточный федеральный университет</i>
Модель сети	<i>Горизонтальная</i>

3 Актуализация ОПОП

Раздел ОПОП	Внесенные изменения/ без изменения	Протокол заседания кафедры/ ЭСОП (дата, номер), ФИО заведующего кафедрой/ председателя ЭСОП, подпись	Протокол заседания УМК института (дата, номер), ФИО председателя УМК, подпись	Руководитель ОПОП (ФИО, подпись)

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО.

Автор – Вотинцева Ольга Николаевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью ИСГиПН

Рецензент - Гудим-Левкович Георгий Евгеньевич, заместитель генерального директора по связям с общественностью СИХ ЗАО «Аквилон-Инвест».

Приложение № 1
к основной профессиональной
образовательной программе
высшего образования

1.4 Планируемые результаты освоения ОПОП бакалавриата

1.4.1 Планируемые результаты освоения образовательной программы

Код результата	Планируемый результат освоения
Р ₁	участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе
Р ₂	участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд; подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
Р ₃	участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участие в формировании и поддержании корпоративной культуры
Р ₄	разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
Р ₅	участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований; написание аналитических справок, обзоров и прогнозов
Р ₆	участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и

	распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов
--	---

1.4.2 Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения ОПОП в соответствии с ОС

Тип компетенции	Наименование компетенции
<i>Общекультурные компетенции (ОК):</i>	<p>Обладает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1); - способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2); - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3); - способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4); - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5); - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6); - способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7); - способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8); - готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9)
<i>Общепрофессиональные компетенции (ОПК):</i>	<p>Обладает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1); - знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью (ОПК-2);

	<ul style="list-style-type: none"> - базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3); - умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4); - умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5); - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).
Основной вид деятельности - коммуникационная	
<i>Профессиональные компетенции (ПК):</i>	Обладает способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)
	Обладает способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)
	Обладает способностью осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия (ПК-13)
Дополнительный вид деятельности - рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность	
<i>Профессиональные компетенции (ПК):</i>	Обладает способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10), Обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований (ПК-9)
	Владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)
	Обладает способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14)
Основной вид деятельности – проектная деятельность и рекламно-информационная	
<i>Профессиональные компетенции (ПК):</i>	Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4)
	Способность реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5) Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8)
	Способность осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и

	<p>графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16),</p> <p>Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, сфере торговли (ПК-12)</p>
Дополнительный вид деятельности – организационно-управленческая	
<i>Профессиональные компетенции (ПК):</i>	<p>Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2);</p> <p>Владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3)</p>
	<p>Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1)</p>
	<p>Владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15)</p>

1.4.3 Взаимное соответствие планируемых результатов освоения образовательной программы, сопряженных с дескрипторами квалификационных уровней и компетенций ОС (результатов освоения)

Планируемые результаты освоения ОП, сопряженные с дескрипторами квалификационных уровней	Компетенции ОС
Р1. Участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе	ПК1,2,3, ПК15
Р2. Участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд; подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	ПК4,5, ПК12,16

<p>Р3. Участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участие в формировании и поддержании корпоративной культуры</p>	<p>ПК6,7, ПК13</p>
<p>Р4. Разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы</p>	<p>ПК8</p>
<p>Р5. Участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований; написание аналитических справок, обзоров и прогнозов</p>	<p>ПК9,10,11, ПК14</p>
<p>Р6. Участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов</p>	<p>ПК12,13,14,15,16</p>

Приложение № 2
к основной профессиональной
образовательной программе
высшего образования

1.4 Планируемые цели и результаты освоения ОПОП бакалавриата

1.4.1 Цели образовательной программы в терминах компетенций, приобретаемых выпускниками, сформулированы в соответствии с требованиями ОС, Ассоциации инженерного образования России (АИОР), международных стандартов CDIO и требованиями работодателей.

Код цели	Цель	Наименование документа в соответствии сформулирована цель
Ц ₁	участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе	ФГОС ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, №997 от 11.08.2016 г.
Ц ₂	участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд; подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	ФГОС ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, №997 от 11.08.2016 г.
Ц ₃	участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участие в формировании и поддержании корпоративной культуры	ФГОС ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, №997 от 11.08.2016 г.
Ц ₄	участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований; написание аналитических справок, обзоров и прогнозов	ФГОС ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, №997 от 11.08.2016 г.
Ц ₅	участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции,	ФГОС ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, №997 от 11.08.2016 г.

	включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов	
Ц6	разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	ФГОС ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, №997 от 11.08.2016 г.

1.4.2 Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения ОПОП

Тип компетенции	Наименование компетенции
<i>Общекультурные компетенции (ОК):</i>	<p>Обладает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1); - способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2); - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3); - способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4); - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5); - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6); - способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7); - способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8); - готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от

	возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9)
<i>Общепрофессиональные компетенции (ОПК):</i>	<p>Обладает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1); - знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью (ОПК-2); - базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3); - умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4); - умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5); - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).
Основной вид деятельности - коммуникационная	
<i>Профессиональные компетенции (ПК):</i>	Обладает способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)
	Обладает способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)
	Обладает способностью осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия (ПК-13)
Дополнительный вид деятельности - рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность	
<i>Профессиональные компетенции (ПК):</i>	<p>Обладает способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10),</p> <p>Обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований (ПК-9)</p>
	Владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)
	Обладает способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14)
Дополнительный вид деятельности – проектная деятельность и рекламно-информационная	
<i>Профессиональные компетенции (ПК):</i>	Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4)
	Способность реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5)

	Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8)
	Способность осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16), Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, сфере торговли (ПК-12)
Дополнительный вид деятельности – организационно-управленческая	
<i>Профессиональные компетенции (ПК):</i>	Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2); Владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3)
	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1)
	Владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15)