

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»**

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом ННГУ
(Протокол № 8 от 16.06.2021)

Основная образовательная программа

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

(бакалавриат / специалитет/магистратура)

Направление подготовки / специальность

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в системе

управления компанией

(указывается направленность (профиль))

Форма обучения

Очная, заочная

(очная / очно-заочная / заочная)

Год начала подготовки

2021 год

Содержание

1. Общие положения

- 1.1. Назначение основной образовательной программы (ООП)
- 1.2. Нормативные документы для разработки ООП
- 1.3. Перечень сокращений

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускников

- 2.1. Описание профессиональной деятельности выпускников
- 2.2. Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников
- 2.3. Перечень задач профессиональной деятельности выпускников или области (область) знания

3. Общая характеристика основной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе управления компаниями»

- 3.1. Направленности (профили) образовательных программ
- 3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам
- 3.3. Объем программы
- 3.4. Формы обучения
- 3.5. Срок получения образования

4. Планируемые результаты освоения основной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе управления компаниями»

- 4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками
 - 4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
 - 4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
 - 4.1.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

5. Структура и содержание основной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе управления компаниями»

- 5.1. Объем обязательной части образовательной программы
- 5.2. Типы практики
- 5.3. Государственная итоговая аттестация
- 5.4. Учебный план и примерный календарный учебный график
- 5.5. Рабочие программы дисциплин (модулей) и программы практик
- 5.6. Программа государственной итоговой аттестации

6. Условия осуществления образовательной деятельности

- 6.1. Финансовые условия осуществления образовательной деятельности
- 6.2. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса
- 6.3. Кадровые условия обеспечения образовательного процесса
- 6.4. Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе

ПРИЛОЖЕНИЯ:

- Приложение 1. Перечень профессиональных стандартов
- Приложение 2. Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника
- Приложение 3. Учебный план и календарный учебный график
- Приложение 4. Рабочие программы дисциплин
- Приложение 5. Программы практик
- Приложение 6. Программа государственной итоговой аттестации

1. Общие положения

1.1. Назначение основной образовательной программы

Основная образовательная программа предназначена для осуществления образовательного процесса по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией» и представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде общей характеристики образовательной программы, учебного плана и календарного учебного графика, рабочих программ учебных дисциплин (модулей) и программ практик, оценочных материалов (фондов оценочных средств), методических материалов.

1.2. Нормативные документы, на основании которых разработана ООП

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Образовательный стандарт федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского» (далее – также образовательный стандарт ННГУ, ОС ННГУ) по направлению подготовки 42.03.01- Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом № 349-ОД от 21.06.2021 «О введении в действие образовательного стандарта высшего образования- бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01- Реклама и связи с общественностью»;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, программам специалитета, утвержденный приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 года № 301 (далее – Порядок организации образовательной деятельности);
- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636;
- Положение о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Министерства науки и высшего образования РФ и Министерства просвещения РФ от 5 августа 2020 г. № 885/390.

1.3. Перечень сокращений

ВО – высшее образование;

з.е. – зачетная единица, равная 36 академическим часам

ОПК – общепрофессиональные компетенции;

ООП – основная образовательная программа;
ПК – профессиональные компетенции;
ПС – профессиональный стандарт;
ПД- профессиональная деятельность;
РПД – рабочая программа дисциплины
Сетевая форма – сетевая форма реализации образовательных программ
УК – универсальные компетенции.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускников

2.1. Описание профессиональной деятельности выпускников

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией», могут осуществлять профессиональную деятельность:

- 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии
- 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

- авторский
- редакторский
- проектный
- маркетинговый
- организационный

Перечень основных объектов (или областей знания) профессиональной деятельности выпускников:

- текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности

2.2. Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников (при наличии)

Перечень профессиональных стандартов (при наличии), соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки, приведен в Приложении 1.

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы бакалавриата по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией», представлен в Приложении 2.

2.3. Перечень задач профессиональной деятельности выпускников или области (область) знания

Таблица 2.3

| Область профессиональной деятельности | Типы задач профессиональной деятельности | Задачи профессиональной деятельности | Объекты профессиональной деятельности (или области знания) (при необходимости) |
|--|--|--|---|
| 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии | проектный | Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью | Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности. |
| | организационный | Организация процесса создания коммуникационного продукта | Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности. |
| | авторский | Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом | Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими |

| | | | |
|--|---------------|--|---|
| | | специфики разных каналов коммуникации | медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности. |
| | редакторский | Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации | Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности. |
| | маркетинговый | Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации | Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности. |

3.Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией»

3.1. Направленности (профили) образовательной программы:

В рамках ОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью реализуется профиль «Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией».

Образовательная программа подготовки бакалавров по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией» нацелена на подготовку специалистов для практической работы в отделах по связям с общественностью государственных и коммерческих организаций, в отделах рекламы предприятий всех форм собственности, а также в рекламных и PR-агентствах.

Целью ОП ВО в области воспитания является: развитие у студентов личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности, целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, самостоятельности, гражданственности, приверженности этическим ценностям, толерантности, настойчивости в достижении цели, а также способность студента владеть культурой мышления, обобщать, анализировать и воспринимать информацию.

Целью ОП ВО в области обучения является формирование у выпускников универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ОС ВО ННГУ по соответствующему направлению подготовки с учетом особенностей научной школы ННГУ и потребностей рынка труда ГО г.Дзержинска.

Основными задачами ОПОП бакалавриата выступают:

1) Подготовка выпускников, владеющих общей культурой мышления, способностью к интеллектуальному, культурному, нравственному, физическому и профессиональному саморазвитию и самосовершенствованию;

2) Сохранение фундаментального классического журналистского образования и его развитие в условиях глобализации и новых информационных технологий;

3) Подготовка профессиональных кадров в области журналистики и массовых коммуникаций, ориентированная на потребности современных медиа.

В практическом плане ОП ВО призвана обеспечить возможность максимального учета запросов потенциальных работодателей г.Дзержинска, с которыми ННГУ имеет договоры о сотрудничестве.

3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: Бакалавр

3.3. Объем программы 240 зачетных единиц (далее – з.е.).

3.4. Формы обучения: очная, заочная

3.5. Срок получения образования:

при очной форме обучения 4 года,

при очно-заочной форме обучения 4 года 6 месяцев.

4. Планируемые результаты освоения образовательной программы

4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками

4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица 4.1.1

| Категория (группа) универсальных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции (УК) | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции |
|---|---|---|
| Системное и критическое мышление | УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | УК-1.1 Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации; УК-1.2 Имеет практический опыт работы с информационными объектами и сетью Интернет, опыт библиографического разыскания, создания научных текстов; |
| Разработка и реализация проектов | 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 | УК-2.1. Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы; УК-2.2. Умеет определять круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов; соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в рамках избранных видов профессиональной деятельности. |
| Командная работа и лидерство | УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | УК-3.1 Знает различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия; УК-3.2 Имеет практический опыт участия в командной работе, в социальных проектах, в шефской или волонтерской деятельности, опыт распределения ролей в условиях командного взаимодействия. |
| Коммуникация | УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке | УК-4.1 Знает литературную форму государственного языка, основы устной и письменной коммуникации на иностранном языке, функциональные стили родного |

| | | |
|---|---|--|
| | Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | <p>языка, требования к деловой коммуникации;</p> <p>УК-4.2. Имеет практический опыт составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и родном языках, опыт перевода текстов с иностранного языка на родной</p> |
| Межкультурное взаимодействие | <p>УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> | <p>УК-5.1. Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации;</p> <p>УК-5.2. Умеет вести коммуникацию с представителями иных национальностей и конфессий с соблюдением этических и межкультурных норм.</p> |
| Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение) | <p>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p> | <p>УК-6.1. Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда;</p> <p>УК-6.2. Умеет планировать свое рабочее время и время для саморазвития. формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности, индивидуально-личностных особенностей.</p> |
| | <p>УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p> | <p>УК-7.1. Знает основы здорового образа жизни, здоровьесберегающих технологий, физической культуры;</p> <p>УК-7.2. Имеет практический опыт занятий физической культурой.</p> |

| | | |
|--|---|--|
| Безопасность жизнедеятельности | УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов. | УК-8.1. Умеет оказать первую помощь в чрезвычайных ситуациях, создавать безопасные условия реализации профессиональной деятельности, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов. УК-8.2. Имеет практический опыт поддержания безопасных условий жизнедеятельности. |
| Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность | УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | УК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике |
| | | УК-9.2. Применяет экономические знания при выполнении практических задач; принимает обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности |
| Гражданская позиция | УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению | УК-10.1. Анализирует действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней |
| | | УК-10.2. Соблюдает правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции |

4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица 4.1.2

| Категория (группа) общепрофессиональных компетенций | Код и наименование общепрофессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции |
|---|---|---|
|---|---|---|

| | | |
|---------------------------------------|--|--|
| <i>(при наличии)</i> | | |
| Продукт профессиональной деятельности | 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 | ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем |
| | | |
| Общество и государство | ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. |
| Культура | ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. |
| Аудитория | ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых |

| | | |
|-------------------------------|--|---|
| | | аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов |
| Медиакоммуникационная система | 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 | ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы |
| Технологии | ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности. | ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение. ОПК-6.2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью») Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. |
| Эффекты | ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым |

| | | |
|---------------------------------|---|---|
| | | профессиональным сообществом |
| Инновации и предпринимательство | ОПК ОС-8. Способен к ведению инновационно-предпринимательской деятельности в сфере массовых коммуникаций и информационно-библиотечного дела | ОПК ОС-8. 1. Знает способы ведения инновационно-предпринимательской деятельности в сфере массовых коммуникаций и информационно-библиотечного дела. ОПК ОС-8.2 Понимает специфику использования методов ведения инновационно-предпринимательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. |

4.1.3. Профессиональные компетенции выпускников по ОС ННГУ 3++ направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень бакалавриата

Таблица 4.1.3

| Наименование категории компетенции | Код и наименование компетенции | Индикатор (индикаторы) достижения компетенции |
|--|---|--|
| Профессиональные компетенции (обязательные) | | |
| Организационный | ПКО-1. Способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта и (или) мероприятия | ПКО-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры |
| Авторский | ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося | ПКО-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПКО-2.2. Создает информационные |

| | | |
|---|---|--|
| | мирового и отечественного опыта | <p>поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;</p> <p>ПКО-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;</p> <p>ПКО-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p> |
| Маркетинговый | ПКО-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | <p>ПКО-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;</p> <p>ПКО-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;</p> <p>ПКО-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.</p> |
| Профессиональные компетенции (рекомендуемые) | | |
| Редакторский | ПКР-5 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа; | <p>ПКР-5.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта;</p> <p>ПКР-5.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции СМИ.</p> |
| Проектный | ПКР-7. Способен участвовать в | ПКР-7.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и |

| | | |
|------------------------|---|---|
| | планировании, разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; | <p>связей с общественностью;</p> <p>ПКР-7.2. Готовит в рамках исполнения должностных обязанностей документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>КР-7.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.</p> |
| Организационный | ПКР-9. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий. | <p>ПКР-9.1. Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта).</p> <p>КР-9.2. Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.</p> |
| Авторский | ПКР-11. Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ; | <p>ПКР-11.1. Создает рекламный и PR-текст, учитывая жанрово-стилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта;</p> <p>ПКР-11.2. Адаптирует рекламный и PR-текст с учетом требований разных типов СМИ.</p> |
| Маркетинговый | ПКР-13. Способен использовать стратегии и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности; | <p>ПКР-13.1. Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;</p> <p>ПКР-13.2. Применяет на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности.</p> |

5. Структура и содержание ООП

5.1. Объем обязательной части образовательной программы

ОПОП включает обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Объем обязательной части образовательной программы (без учета объема ГИА), составляет не менее 40 % общего объема программы по направлению

подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией» (что соответствует требованию ОС ВО ННГУ).

Объем программы бакалавриата по направлению 42.03.01-- Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере». реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 з.е. вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану (за исключением ускоренного обучения), а при ускоренном обучении – не более 80 з.е.

В соответствии с ОС ВО ННГУ структура программы бакалавриата включает следующие блоки:

Блок 1 «Дисциплины (модули)»;

Блок 2 «Практика»;

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

Программа бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией» обеспечивает реализацию дисциплин (модулей) по философии, истории (истории России, всеобщей истории), иностранному языку, безопасности жизнедеятельности в рамках Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Программа бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией» обеспечивает реализацию дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту:

- в рамках Блока 1 «Дисциплины (модули)» в объеме не менее 2 з.е.;

- в рамках элективных дисциплин (модулей) в очной форме обучения в объеме не менее 328 академических часов, которые являются обязательными для освоения, не переводятся в з.е. и не включаются в объем программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией».

5.2. Типы практики

В программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией» в рамках

учебной и производственной практики устанавливаются следующие типы практик: учебная и производственная практика.

Тип учебной практики:

- профессионально-ознакомительная практика.

Типы производственной практики:

- профессионально-творческая практика. Начальный уровень;
- профессионально-творческая практика. Продвинутый уровень
- преддипломная практика.

Практики реализуются в дискретной форме: путем выделения непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

Программы практик представлены в Приложении 5.

5.3. Государственная итоговая аттестация

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входят:

- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена;
- выполнение и защита выпускной квалификационной работы.

Государственная итоговая аттестация (ГИА) осуществляется после освоения обучающимися основной образовательной программы в полном объеме. ГИА включает в себя: подготовку к сдаче и сдачу государственного и выполнение и защиту выпускной квалификационной работы.

Совокупность компетенций, установленных программой бакалавриата, обеспечивает выпускнику способность осуществлять профессиональную деятельность не менее чем в одной области и (или) сфере профессиональной деятельности, установленной в соответствии с пунктом 1.11 ОС ВО ННГУ, и решать задачи профессиональной деятельности не менее, чем одного типа, установленного в соответствии с пунктом 1.12 ОС ВО ННГУ.

Программа государственной итоговой аттестации представлена в Приложении 6.

5.4. Учебный план и календарный учебный график

Учебный план основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией», разрабатываемый в соответствии с ОС ВО ННГУ, состоит из обязательной части и части, формируемой участниками образовательных отношений.

Обязательная часть образовательной программы обеспечивает формирование у обучающихся общепрофессиональных компетенций и универсальных

компетенций, установленных образовательным стандартом, и включает в себя следующие блоки:

- дисциплины (модули), установленные образовательным стандартом;
- практики: профессионально-ознакомительная практика, профессионально-творческая практика. Начальный уровень, преддипломная практика

Часть ОП, формируемая участниками образовательных отношений, направлена на формирование и углубление профессиональных компетенций и включает в себя дисциплины (модули) и практика - Профессионально-творческая практика. Продвинутый уровень. Содержание вариативной части формируется в соответствии с направленностью образовательной программы.

При реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией» обучающимся обеспечивается возможность освоения элективных (избираемых в обязательном порядке) дисциплин (модулей) и факультативных (необязательных для изучения при освоении образовательной программы) в порядке, установленном локальным нормативным актом университета. Избранные обучающимся элективные дисциплины (модули) являются обязательными для освоения.

Учебный план включает государственную итоговую аттестацию в объеме 6 з.е.

Учебный план представлен в приложении 3.

- а) очное обучение;
- б) заочное обучение.

Календарный учебный график является составной частью учебного плана.

В календарном учебном графике указывается последовательность реализации образовательной программы, включая периоды осуществления видов учебной деятельности и периоды каникул.

Календарный учебный график представлен для каждой форм обучения в приложении 3.

- а) очное обучение;
- б) заочное обучение.

5.5. Рабочие программы дисциплин (модулей) и программы практик

Рабочие программы дисциплин и программы практик (РПП) разрабатываются отдельными документами в соответствии с утвержденным шаблоном. (Приложение 4).

ФОС дисциплин являются неотъемлемой частью РПД и оформлены в виде отдельного документа - приложения к РПД. ФОС РПП оформлены *в виде составной части РПП*.

Полнотекстовые фонды оценочных средств представлены на соответствующих кафедрах.

6. Условия осуществления образовательной деятельности

6.1. Финансовые условия осуществления образовательной деятельности

Финансирование реализации программ бакалавриата осуществляться в объеме не ниже установленных государственных нормативных затрат на оказание государственной услуги в сфере образования для данного уровня образования и направления подготовки с учетом корректирующих коэффициентов, учитывающих специфику образовательных программ в соответствии с Методикой определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации имеющих государственную аккредитацию образовательных программ высшего образования по специальностям и направлениям подготовки, утверждаемой Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.

6.2. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса

Материально-технические условия для реализации образовательного процесса подготовки бакалавров (специалистов/магистрантов) соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам.

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определен в рабочих программах дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа (в том числе, удаленного доступа) в электронную информационно-образовательную среду ННГУ. Электронная информационно-образовательная среда ННГУ обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик; формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и

поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды должно соответствует законодательству Российской Федерации.

6.3. Кадровые условия обеспечения образовательного процесса

Реализация программы бакалавриата обеспечивается педагогическими работниками ННГУ, а также лицами, привлекаемыми ННГУ к реализации программы бакалавриата на иных условиях.

Квалификация педагогических работников отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и профессиональных стандартах.

Не менее 70 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Не менее 5 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых ННГУ к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (иметь стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Не менее 60 процентов численности педагогических работников Организации и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Организации на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

6.4. Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата определяется в рамках системы внутренней оценки, а

также системы внешней оценки, в которой ННГУ принимает участие на добровольной основе:

В целях совершенствования программы бакалавриата при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата) ННГУ привлекает работодателей, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников ННГУ.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе бакалавриата (обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

Разработчики:

Яковлева Елена Ивановна, кандидат философских наук, директор филиала, доцент кафедры гуманитарно-правовых дисциплин Дзержинского филиала ННГУ

Серафимов Михаил Михайлович, кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарно-правовых дисциплин Дзержинского филиала ННГУ

Эксперты - представители работодателей:

Мажара Елена Леонидовна, коммерческий директор ЗАО "ТК" Дзержинск"

Трескин Петр Андреевич, директор муниципального автономного учреждения "Информационный центр "Дзержинские ведомости"

**Перечень
профессиональных стандартов,
соответствующих профессиональной деятельности выпускников, освоивших
программу бакалавриата**

| N п/п | Код профессиональ ного стандарта | Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта |
|---|--|---|
| 06. Связь, информационные и коммуникационные технологии | | |
| 1 | 06.009 | Профессиональный стандарт "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N 33973) |
| 2 | 06.013 | Профессиональный стандарт "Специалист по информационным ресурсам", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 |

Приложение 2

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программ Бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией»

| Код и наименование профессионального стандарта | Обобщенные трудовые функции | | | Трудовые функции | | |
|--|------------------------------------|---|---------------------------------|---|------------|--|
| | к о д | наименование | уровень квалификации | Наименование | код | уровень (подуровень) квалификации |
| 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации | A | Организация распространения продукции СМИ | 5 | Организация и проведение подписной кампании | A/03.5 | 5 |
| | B | Организация продвижения продукции СМИ | 6 | Организация маркетинговых исследований в области СМИ | B/01.6 | 6 |
| | | | | Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ | B/02.6 | 6 |
| | | | | Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ | B/03.6 | 6 |
| | | | | Контроль и оценка эффективности | B/04.6 | 6 |

| | | | | | | |
|--|---|---|---|--|--------|---|
| | | | | результатов продвижения продукции СМИ | | |
| 06.013 Специалист по информационным ресурсам | В | Создание и редактирование информационных ресурсов | 5 | Поиск информации по тематике сайта | В/01.5 | 5 |
| | | | | Написание Информационных материалов для сайта | В/02.5 | 5 |
| | | | | Редактирование информации на сайте | В/03.5 | 5 |
| | | | | Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях | В/04.5 | 5 |
| | | | | Модерирование обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях | В/05.5 | 5 |