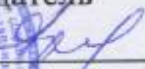


УРАЛЬСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ПРОФСОЮЗОВ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ»

УТВЕРЖДЕНО
Ученым советом
Ур СЭИ (филиал)
ОУП ВО «АТиСО»

протокол № 1 от 13 сентября 2016 г.

Председатель

 О. В. Артёмова



Основная

профессиональная образовательная программа

высшего образования

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в социальной сфере

Квалификация (степень)

Бакалавр

Челябинск – 2016

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Общие положения	4
1.1	Нормативные документы для разработки ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	4
1.2.	Общая характеристика вузовской основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ВО) (бакалавриат)	6
1.3.	Требования к абитуриенту	7
2.	Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	7
2.1.	Область профессиональной деятельности выпускника	7
2.2.	Объекты профессиональной деятельности выпускника	8
2.3.	Виды профессиональной деятельности выпускника	8
2.4.	Задачи профессиональной деятельности выпускника	8
3.	Компетенции выпускника ОПОП бакалавриата, формируемые в результате освоения данной ОПОП ВО	9
3.1.	Общекультурные компетенции (ОК)	9
3.2.	Общепрофессиональные компетенции (ОПК)	10
3.3.	Профессиональные компетенции (ПК)	10
4.	Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	11
4.1	Календарный учебный график	11
4.2	Учебный план	11
4.3.	Рабочие программы учебных дисциплин	12
4.3.1.	Аннотации учебных дисциплин	12
4.4.	Учебная и производственная практики	12
5.	Фактическое ресурсное обеспечение ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	15
5.1	Кадровое обеспечение	15
5.2	Учебно-методическое и информационное обеспечение	15
5.3	Материально-техническое обеспечение	16
6.	Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников	17
7.	Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	18
7.1	Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.	18
7.2	Государственная (итоговая) аттестация выпускников ОПОП бакалавриата	19
7.3	Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся	20

Приложения:

Приложение 1. Календарный учебный график

Приложение 2. Матрица формирования компетенций

Приложение 3. Учебный план

Приложение 4. Аннотации учебных дисциплин

Приложение 5. Программа учебной практики

Приложение 5. Программа производственной практики

Приложение 6. Лист внесения изменений в ОПОП

1. Общие положения

Основная профессиональная образовательная программа (ОПОП) бакалавриата, реализуемая вузом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере» представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную Уральским социально-экономическим институтом (филиал) Образовательного учреждения профсоюзов высшего образования «Академия труда и социальных отношений» (далее Ур СЭИ) с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего образования (ФГОС ВО).

ОПОП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: календарный учебный график, учебный план, матрицу формирования компетенций, рабочие программы учебных дисциплин, программы учебной и производственной практики.

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

Нормативную правовую базу разработки ОПОП бакалавриата составляют:

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 03.07.2016 года) «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный закон от 01.12.2007 № 309-ФЗ (ред. от 23.07.2013) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты в Российской Федерации в части изменения понятия и структуры государственного стандарта»;
- Федеральный закон от 04.05.2011 № 99-ФЗ (ред. от 30.12.2015) «О лицензировании отдельных видов деятельности»;
- Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
- Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О персональных данных»;
- Постановление Правительства РФ от 05.08.2013 № 661 (ред. от 12.04.2016) «Об утверждении Правил разработки, утверждения федеральных государственных образовательных стандартов и внесения в них изменений»;
- Постановление Правительства РФ от 28.10.2013 № 966 (ред. от 03.12.2015) «О лицензировании образовательной деятельности»;

- Постановление Правительства РФ от 18.11.2013 № 1039 (ред. от 26.12.2014) «О государственной аккредитации образовательной деятельности».

- Приказ Минобрнауки России от 23.07.2013 № 611 «Об утверждении Порядка формирования и функционирования инновационной инфраструктуры в системе образования»;

- Приказ Минобрнауки России от 14.10.2015 №1147 (ред. от 29.07.2016) «Об утверждении Порядка приема на обучение по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

- Приказ Минобрнауки России от 19 декабря 2013 г. № 1367 (ред. от 15.01.2015) «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

- Приказ Минобрнауки РФ от 11.08.2016 № 997 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата)» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 25.08.2016 № 43414).

- Приказ Минобрнауки России от 12.09.2013 № 1061 (в редакции от 01.10.2015 года) «Об утверждении перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования»

- Устав ОУП ВО «АТиСО».

- Положение об Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО».

- Локальные акты ОУП ВО «АТиСО», регламентирующие порядок освоения образовательной программы.

1.2. Общая характеристика вузовской основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ВО) (бакалавриат)

1.2.1. Цель (миссия) ОПОП бакалавриата

Цель (миссия) ОПОП:

ОПОП разработана в соответствии с нормативными документами и концепцией развития ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений» и Ур СЭИ, которая предполагает развитие материально-технической и информационной базы, создание условий для профессионального роста преподавателей, обеспечение качественных и глубоких знаний, профессиональных умений и навыков, развитие личности выпускников в целях роста их конкурентоспособности на рынке труда, эффективной работы по выбранной специальности и направлению на благо своих организаций и общества в целом.

ОПОП имеет своей целью подготовку высококвалифицированных кадров в сфере рекламы и связей с общественностью, обладающих

общекультурными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями; формирование социокультурной среды вуза, создание условий для всестороннего развития личности.

ОПОП предназначена для формирования субъектов профессиональной деятельности, занимающих активную гражданскую позицию и направляющих свои знания и умения на решение социально-значимых задач:

- формирование и оптимизацию системы социальных коммуникаций между различными социальными группами;
- инициацию информационных потоков, основанных на доверии и взаимопонимании, обеспечивающих эффективное экономическое, научное и культурное сотрудничество;
- формирование общественного мнения;
- формирование межнациональной толерантности;
- создание единого экономического, экологического, культурного и информационного пространства.

Принципы разработки и реализации ОПОП связаны с преемственностью традиций, формированием научного мировоззрения и культурного кругозора выпускников, решением задач по содействию социально-экономическому развитию г.Челябинска, Челябинской области, Уральского региона и повышению качества жизни населения.

1.2.2. Срок освоения ОПОП бакалавриата

Срок освоения ОПОП бакалавриата составляет 4 года для очной формы обучения, срок обучения для заочной формы увеличивается не менее чем на 6 месяцев и не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования по очной форме.

1.2.3. Трудоемкость ОПОП бакалавриата

Трудоемкость освоения студентом ОПОП в зачетных единицах за весь период обучения в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению составляет 240 зачетных единиц (1 зач. ед. равна 36 академическим часам) и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ОПОП.

1.3. Требования к абитуриенту

Абитуриент, поступающий на программы бакалавриата, должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании и, в соответствии с правилами приема в высшее учебное заведение, сдать необходимые вступительные испытания и/или представить сертификат о сдаче Единого государственного экзамена (ЕГЭ). Правила приема ежегодно утверждаются ректором ОУП ВО «АТиСО». Список вступительных испытаний и необходимых документов определяется Правилами приема в Академию.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

Область профессиональной деятельности бакалавров включает:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде;
- общественное мнение.

Специфика профильной деятельности бакалавра отражена в вариативной части учебного процесса.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются:

- федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;
- научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;
- производственные и сервисные предприятия.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

Организация осуществляет подготовку к видам деятельности согласно ФГОС ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью:

- рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая (основной вид);
- организационно-управленческая,
- проектная;
- коммуникационная;
- рекламно-информационная;
- информационно-технологическая.

Конкретные виды профессиональной деятельности, к которым в основном готовится бакалавр, определяются высшим учебным заведением совместно с обучающимися, научно-педагогическими работниками высшего учебного заведения и объединениями работодателей.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

Бакалавр по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая:

- участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

организационно-управленческая:

- 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;

проектная:

- 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);

коммуникационная:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

рекламно-информационная:

- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

информационно-технологическая:

- 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.

3. Компетенции выпускника ОПОП бакалавриата, формируемые в результате освоения данной ОПОП ВО

Результаты освоения ОПОП бакалавриата определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения данной ОПОП бакалавриата выпускник должен обладать следующими компетенциями:

3.1. Общекультурные компетенции (ОК):

- 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).

3.2. Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением проводить 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).

3.3. Профессиональные компетенции (ПК):

организационно-управленческая деятельность:

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с

общественностью (ПК-1);

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

проектная деятельность:

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

коммуникационная деятельность:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

рекламно-информационная деятельность:

- способностью 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);

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);

- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

информационно-технологическая деятельность:

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);

- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);

- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);

- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);

- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

4.1. Календарный учебный график

В графике указывается последовательность реализации ОПОП ВО по годам, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, каникулы.

Календарный учебный график направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью представлен в приложении 1.

4.2. Учебный план

Учебный план по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью включает обязательную часть (базовую) и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную) и отображает логическую последовательность освоения и блоков ОПОП, обеспечивающих формирование компетенций (матрица формирования компетенций представлена в приложении 2). Общая трудоемкость дисциплин (модулей), практик и государственной итоговой аттестации составляет 240 зачетных единиц.

В базовой части учебных блоков указывается перечень базовых модулей и дисциплин в соответствии с требованиями ФГОС ВО. В вариативной части учебных блоков вуз самостоятельно формирует перечень и последовательность модулей и дисциплин с учетом рекомендаций соответствующей ОПОП ВО. Основная профессиональная образовательная программа содержит дисциплины по выбору обучающихся в объеме не менее 30 процентов вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Блок 2 «Практики» в полном объеме относится к вариативной части программы. Для каждой дисциплины, модуля, практики указываются виды учебной работы и формы промежуточной аттестации. Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» в полном объеме относится к базовой части и завершается присвоением квалификации. При составлении учебного плана вуз руководствовался общими требованиями к условиям реализации основных образовательных программ, сформулированными в ФГОС ВО по направлению подготовки, а также рекомендации Учебно-методического управления ОУП ВО «АТиСО».

Учебный план по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью представлен в приложении 3.

4.3. Рабочие программы учебных дисциплин

В состав ОПОП бакалавриата входят рабочие программы всех учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) как базовой, так и вариативной частей учебного плана, включая дисциплины по выбору студента. Аннотации содержания дисциплин учебного плана направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью представлены в приложение 4.

4.4. Учебная и производственная практики

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки ОПОП 42.03.01 Реклама и связи с общественностью раздел основной профессиональной образовательной программы «Практики» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных

на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций обучающихся.

В рамках ОПОП 42.03.01 Реклама и связи с общественностью предусмотрены следующие виды практики общей трудоемкостью 36 зачетных единиц:

- учебная практика;
- производственная практика.

Основной базой практики студентов являются предприятия и организации, с которыми у вуза оформлены договорные отношения. Имеющаяся база практики студентов обеспечивает возможность прохождения практики всех студентов в соответствии с учебным планом направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Предусмотрена возможность прохождения практики на основе разовых договоров, которые оформляются по инициативе студента.

Практики проводятся как в сторонних организациях, так и на базе профильной кафедры Ур СЭИ. Кафедра обладает необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

Программы практик с указанием цели, задач, практических навыков общекультурных (универсальных), общепрофессиональных и профессиональных компетенций, приобретаемых обучающимися, представлены в приложении 5.

4.4.1. Программа учебной практики

Учебная практика является составной частью ОПОП по подготовке бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Учебная практика является неотъемлемой составной частью учебного процесса в вузе и выступает средством преобразования приобретенных теоретических знаний в систему профессиональных знаний, умений и навыков бакалавра рекламы и связей с общественностью.

Целью учебной практики является формирование у студентов адекватного представления о будущей профессии. Практика направлена на получение студентами первичных профессиональных умений и навыков, в т.ч. первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности по профилю Реклама и связи с общественностью в социальной сфере. Объемы практики определяются учебным планом, составленным в соответствии с ФГОС ВО.

Учебная практика предполагает общее знакомство студента с избранной профессией; включает самостоятельную работу обучающихся с литературными источниками по рекламе и связям с общественностью.

Она может включать в себя ознакомительные экскурсии на предприятия (организации), непосредственную работу в соответствующих организациях под контролем руководителей практики. Практика может также

осуществляться на базе Ур СЭИ. По ходу практики возможно выполнение студентами группового проекта.

Аттестация по итогам практики проводится в форме защиты практики: по учебной практике – на основании отчета студентов.

4.4.2. Программа производственной практики

Программа производственной практики содержит формулировки целей и задач практики, вытекающих из целей ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленных на закрепление и углубление теоретической подготовки студентов, приобретение ими практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности. Каждый тип производственной практики:

- практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;

- научно-исследовательская работа;

- преддипломная практика, –

предполагает отчет студента о проделанной работе и оценку степени освоения компетенций.

Прохождение практики осуществляется на основе долгосрочных договоров между Ур СЭИ и соответствующей организацией (предприятием) или на основе разовых договоров, которые оформляются по инициативе студента.

Производственная практика направлена на закрепление и углубление знаний студентов о сфере профессиональной деятельности, развитие навыков научно-исследовательской деятельности, навыков работы по специальности. Цель производственной практики состоит в получении профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

В ходе практики студент приобретает навыки исполнения функциональных обязанностей в сфере рекламы и связей с общественностью; он должен собрать, систематизировать, проанализировать конкретный эмпирический материал по одной из актуальных проблем рекламы и связей с общественностью.

В процессе практики студенты приобретают умения и навыки по следующим направлениям, функциональным задачам профессиональной деятельности:

- определяют место организации в социальной и маркетинговой среде;
- приобретают опыт анализа рекламно-информационной среды, взаимодействия с заказчиками и/или производителями рекламного продукта, работы со СМИ, а также навыки в подготовке и распространении документации, сопровождающей рекламную деятельность и деятельность по связям с общественностью;

- приобретают навыки в разработке творческих идей, рекламного продукта, маркетинговых, рекламных стратегий, формирования имиджа организации или персоны;

- принимают участие в планировании и реализации кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью;
- составляют план мероприятий, рассчитывают необходимые ресурсы для проведения мероприятий, анализируют целевые аудитории для реализации коммуникационных и рекламных кампаний;
- совершенствуются в организации и проведении специальных мероприятий.
- приобретают и совершенствуют навыки составления аналитических справок, обзоров, прогнозов.

Научно-методическое руководство практикой осуществляется выпускающей кафедрой. Преподаватели кафедры контролируют выполнение программы производственной практики, оказывают помощь в организации практики на предприятии (организации), дают консультации по выполнению индивидуальных заданий, проверяют отчеты по практике студентов и дают заключение о работе каждого из них.

Аттестация по итогам практики проводится в форме защиты практики: по производственной практике – на основании отчета студента о прохождении практики, дневника практики, отзыва-характеристики с места практики, рецензии руководителя практики от Ур СЭИ, а также на основании представления подготовленной выпускной квалификационной работы.

5. Фактическое ресурсное обеспечение ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Ресурсное обеспечение ОПОП вуза формируется на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ бакалавриата, определяемых ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Включает в себя:

- квалифицированный кадровый состав;
- методическое обеспечение (включая научную литературу);
- программное обеспечение;
- аудиторный фонд.

5.1. Кадровое обеспечение

Реализация ОПОП обеспечивается квалифицированными педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и занимающимися научной и научно-методической деятельностью.

Доля штатных научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) составляет не менее 50 процентов от общего количества научно-педагогических работников вуза.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, составляет не менее 70 процентов.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень и/или ученое звание, в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, составляет 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 программы бакалавриата (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих программу бакалавриата, составляет не менее 10 процентов.

5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение

Ур СЭИ обеспечивает каждого обучающегося основной учебной и учебно-методической литературой, методическими пособиями, необходимыми для осуществления образовательного процесса по всем дисциплинам ОПОП.

Основным нормативом при комплектовании учебных дисциплин является расчет обеспечения учебной литературой по всем циклам дисциплин учебных планов, реализуемых основных образовательных программ 0,5 учебника на студента.

Библиотечный фонд укомплектован актуальными печатными и электронными изданиями базовых учебников и основной учебной литературы.

Вуз обеспечивает доступ обучающихся к справочной, научной литературе, в т.ч. монографической, периодическим научным изданиям по профилю образовательной программы.

В образовательном процессе используются материалы фонда библиотеки на электронных носителях (CD): мультимедийные справочники, энциклопедии, учебники, словари, электронные учебники и т.д.

Преподаватели и обучающиеся используют в образовательном процессе Электронную библиотечную систему (ЭБС) «Университетская библиотека онлайн», которая является обязательным условием для лицензирования. ЭБС специализируется на учебных материалах для вузов, полностью соответствует требованиям Федерального образовательного стандарта третьего поколения к библиотекам по части формирования фондов основной и дополнительной литературы. ЭБС включает 84395 изданий. Основу «Университетской библиотеки онлайн» составляют электронные книги. ЭБС выполняет функции полнотекстового поиска, работы с каталогом безлимитного страничного просмотра изданий, копирования и распечатки текста.

Студенты и преподаватели имеют доступ к базам данных библиотеки со всех компьютеров института через автоматизированную систему вуза Xlibris, в том числе через компьютеры, закрепленные за кафедрами.

Обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

5.3. Материально-техническое обеспечение

Материально-техническая база обеспечивается наличием в Ур СЭИ:

- зданий и помещений на правах оперативного управления и аренды, оформленных в соответствии с действующими требованиями законодательства Российской Федерации. Обеспеченность одного обучающегося, приведенного к очной форме обучения, общими учебными площадями не ниже нормативного критерия направления подготовки;
- оборудования для оснащения междисциплинарных, межкафедральных лабораторий, в том числе современного, высокотехнологичного оборудования, обеспечивающего выполнение ОПОП ВО с учетом профиля подготовки;
- вычислительного и телекоммуникационного оборудования и программных средств, необходимых для реализации ОПОП ВО и обеспечения физического доступа к информационным сетям, используемым в образовательном процессе и научно-исследовательской деятельности.

Материально-технические условия для реализации образовательного процесса подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам и обеспечивают проведение:

- аудиторных занятий (лекций, практических и лабораторных работ, занятий семинарского типа, консультаций и т.п.);
- самостоятельной учебной работы студентов;
- учебных практик;
- курсового проектирования;
- текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;
- учебно-исследовательской работы студентов.

Учебные помещения в полной мере обеспечены приборами и оборудованием специального назначения, в том числе мультимедийными средствами.

В рамках имеющихся средств обучения студентам предоставляется возможность получить дополнительные факультативные знания в области рекламы и PR-технологий, а также быть участниками мастер-классов, которые проводят специалисты-практики.

Финансовое обеспечение реализации программы бакалавриата осуществляется в объеме не ниже установленных Министерством образования и науки Российской Федерации нормативных затрат на оказание государственной услуги в сфере образования для данного уровня образования и направления подготовки с учетом корректирующих коэффициентов, учитывающих специфику образовательных программ.

6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников

В Ур СЭИ созданы и поддерживаются условия для развития личности и

регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданственных, общекультурных качеств обучающихся, для формирования общекультурных компетенций выпускников.

Концепция формирования среды вуза, обеспечивающей развитие социально-личностных компетенций обучающихся, определяется следующими документами:

- Концепцией воспитательной и внеаудиторной работы в Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО АТиСО;
- Положением об организации воспитательной работы;
- Положением о кураторе учебной группы;
- Положениями об учебной, творческой и спортивной деятельности студентов.

В вузе имеется необходимая материально-техническая база для проведения внеучебной воспитательной работы, культурно-массовых и спортивных мероприятий. Организована работа творческих коллективов, способствующих профессиональному, личностному, творческому становлению будущих специалистов, организации их позитивного досуга.

Воспитательная работа имеет устойчивое финансовое обеспечение. Созданы механизмы морального и материального стимулирования студентов за особые достижения в учебе, научно-исследовательской, общественной, творческой и спортивной деятельности.

Особое внимание в Ур СЭИ уделяется развитию органов студенческого самоуправления. В филиале функционируют студенческий профком, студенческое научное общество, штаб студенческих трудовых отрядов, которые осуществляют свою деятельность на основании соответствующих Положений.

Большое внимание в вузе уделяется организации спортивно-оздоровительной работы, пропаганде физической культуры, приобщению студенческой молодёжи к здоровому образу жизни.

Воспитательная деятельность в Ур СЭИ организуется в форме массовых мероприятий, а также путем проведения индивидуальной работы со студентами академических групп.

В вузе ведется специальная работа по профилактике асоциального поведения студентов, табакокурения, потребления алкоголя и наркотиков в студенческой среде.

Проводятся опросы студентов (устные и письменные) с целью выявления и учета их мнения по актуальным проблемам воспитания молодежи и проводимым воспитательным мероприятиям в вузе.

В организации воспитательной деятельности в вузе институт взаимодействует с администрацией района, Министерством образования и науки Челябинской области, Главным управлением молодежной политики области, ООПС «Федерация профсоюзов Челябинской области»,

учреждениями культуры, социальной сферы, спорта, правоохранительными органами, общественными организациями.

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью оценка качества освоения обучающимися ОПОП включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую государственную аттестацию обучающихся.

7.1. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация.

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (зачетно-экзаменационной сессии) по ОПОП осуществляется в соответствии с утвержденными в Институте документами:

- Положением о проверке остаточных знаний студентов, обучающихся по программам высшего образования и СПО (филиал) ОУП ВО АТиСО,
- Положением о модели повторного обучения студентов;
- Положением по оформлению и содержанию рефератов, контрольных, курсовых работ, отчетов по производственной практике и выпускных квалификационных работ.

Студенты, обучающиеся в Ур СЭИ по образовательным программам высшего образования, при промежуточной аттестации сдают в течение учебного года не более 10 экзаменов и 12 зачетов. В указанное число не входят экзамены и зачеты по физической культуре и факультативным дисциплинам.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ОПОП вуз создает и утверждает фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Эти фонды включают в себя:

- контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий и контрольных работ, коллоквиумов, зачетов и экзаменов;
- тесты, расположенные в компьютерной тестирующей программе QUEST и системе дистанционного обучения MOODLE. База тестов складывается из баз тестов по образовательным программам направлений, реализуемых вузом. Тестовые задания создаются для проверки остаточных знаний студентов по определенной дисциплине, текущего контроля, для проведения итоговой аттестации знаний. В настоящее время в системе QUEST и MOODLE создано более 300 тестов, которые покрывают все дисциплины учебного плана;
- примерную тематику курсовых работ / проектов, рефератов и т.п.;
- иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций студентов.

В рамках оценки уровня подготовки студентов в Ур СЭИ два раза в год проводится контроль остаточных знаний студентов, целью которого является

внутренняя проверка качества подготовки студентов. Под остаточными знаниями понимаются знания по дисциплинам, которые изучались студентами не более одного года назад. Подготовка и проведение контроля включает разработку комплекта заданий, информирование студентов о форме контроля, подготовку необходимой документации для отчета о результатах контроля. Для контроля остаточных знаний студентов используются проверенные контрольно-измерительные материалы (тесты) с целью обеспечения достоверности получаемых результатов.

Контроль остаточных знаний студентов проводится с использованием фондов контрольно-измерительных материалов Ур СЭИ в компьютерной тестирующей программе QUEST.

7.2. Государственная (итоговая) аттестация выпускников ОПОП

Итоговая государственная аттестация выпускников по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью подготовку и защиту выпускной квалификационной работы.

Итоговая государственная аттестация проводится в соответствии с Положением об итоговой государственной аттестации выпускников АТиСО.

Выпускная квалификационная работа представляет собой комплексную квалификационную, учебно-исследовательскую или учебно-проектную работу. Выпускная квалификационная работа подводит итоги теоретической и практической подготовки обучающегося и характеризует его подготовленность к предстоящей профессиональной деятельности.

Подготовка и защита выпускной квалификационной работы предполагает наличие у студента умений и навыков проводить самостоятельное законченное исследование на заданную тему, свидетельствующее об усвоении студентом теоретических знаний и практических навыков, позволяющих решать профессиональные задачи, соответствующие требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Выпускная квалификационная работа должна свидетельствовать о способности и умении обучающегося:

- решать практические задачи на основе применения теоретических знаний;
- вести поиск и обработку информации из различных видов источников;
- анализировать состояние внутренней и внешней коммуникации предприятия (организации), выявлять проблемы и определять пути их решения;
- решать прикладные задачи в области рекламной и PR-деятельности на основе использования методов маркетинговых и социологических исследований;
- грамотно и логично излагать и обобщать материал;
- предлагать обоснованные рекомендации (проект) по оптимизации и совершенствованию рекламной и PR-деятельности предприятия

(организации).

Тематика работ определяется научно-практическими потребностями организаций и предприятий и с учетом квалификационных требований к выпускникам данного профиля.

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы определяются Академией на основании действующего Положения об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений, утвержденного федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере образования, а также ФГОС ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в части требований к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы бакалавриата.

7.3 Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся

Квалификация преподавателей отслеживается и оценивается на основе утвержденных в Академии регламентов:

- Положение о порядке замещения должностей научно-педагогических работников
- Положение о порядке проведения аттестации работников, занимающих должности педагогических работников, относящихся к профессорско-преподавательскому составу.

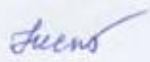




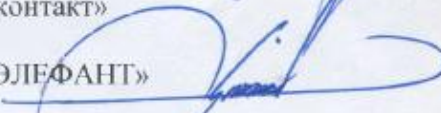

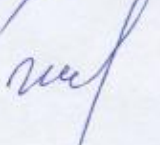
Проводится внутренний аудит деятельности Ур СЭИ по реализации основных профессиональных образовательных программ. По итогам проверки планируются мероприятия, способствующие повышению качества подготовки бакалавров.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, разработчиками ОПОП ежегодно производится ее обновление.

Предложения по внесению изменений в ОПОП могут включать:

- Перечень внесенных изменений в содержание ОПОП;
- Перечень внесенных изменений в рабочие программы учебных дисциплин;
- Перечень внесенных изменений в программы практик;
- Перечень внесенных изменений в программу итоговой государственной аттестации;
- Внесенные изменения в перечень дисциплин по выбору студентов;
- Внесенные изменения в перечень дисциплин вариативной части.

**Лист согласования
основной профессиональной образовательной программы
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью
в социальной сфере)**

1. Нестеренко Ирина Юрьевна	Заместитель директора Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО АТиСО по учебной и воспитательной работе	
2. Бардин Кирилл Евгеньевич	Декан социально-экономического факультета Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО АТиСО	
3. Сафронова Ирина Владимировна	Заведующий кафедрой гуманитарных, естественнонаучных и математических дисциплин УрСЭИ (филиал) ОУП ВО АТиСО	
4. Ульянова Наталья Степановна	Начальник учебно-методического отдела Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО АТиСО	
5. Добриков Максим Леонидович	Директор Коммуникационного агентства ООО «Есть контакт»	
6. Смирнов Михаил Юрьевич	Директор ООО ПРГ «ЭЛЕФАНТ»	
7. Киреева Лариса Валерьевна	Ведущий юрисконсульт Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО АТиСО	
8. Шпакова Галина Виленовна	Заведующий библиотекой Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО АТиСО	

Список компетенций

№	ОК-1	способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
	Б1.Б.7	Философия
2	ОК-2	способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
	Б1.Б.3 Б1.Б.18 Б1.В.ОД.4 ФТД.1	История Основы социального государства Политология Политика и экономика
3	ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
	Б1.Б.8 Б1.Б.14.1 Б1.В.ДВ.1.2 ФТД.1	Экономика Основы маркетинга Основы финансовой деятельности PR-агентства Политика и экономика
4	ОК-4	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
	Б1.Б.17 Б1.Б.18 Б1.Б.19 Б1.В.ОД.5 Б1.В.ОД.7 Б1.В.ДВ.2.1 Б1.В.ДВ.2.2	Основы профсоюзного движения Основы социального государства Социальное партнерство Основы социального страхования Социальная ответственность бизнеса Правовое регулирование PR-деятельности Правовое регулирование рекламной деятельности
5	ОК-5	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
	Б1.Б.1 Б1.Б.2 Б1.Б.23 ИГА	Русский язык и культура речи Иностранный язык Иностранный язык в сфере профессиональных коммуникаций Итоговая государственная аттестация
6	ОК-6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
	Б1.Б.4 Б1.Б.5 Б1.Б.11.1 Б1.Б.17 Б1.Б.19 Б1.Б.20 Б1.В.ДВ.3.1 Б1.В.ДВ.3.2 Б1.В.ДВ.6.2 ФТД.2	Культурология Психология Основы теории коммуникации Основы профсоюзного движения Социальное партнерство Социальная психология Этика деловых отношений в сфере рекламы Этика деловых отношений в сфере СО Межкультурные коммуникации в рекламе и СО Основы фасилитации
7	ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию
	Б1.Б.4 Б1.Б.5 Б1.Б.6 Б1.Б.7 Б1.Б.20 Б1.В.ОД.6 Б2.П.1	Культурология Психология Социология Философия Социальная психология Логика и теория аргументации Научно-исследовательская работа

8	ОК-8	способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
	Б1.Б.16	Физическая культура Элективные курсы по физической культуре
9	ОК-9	готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
	Б1.Б.15 Б1.Б.21	Безопасность жизнедеятельности Социальная экология
10	ОПК-1	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
	Б1.Б.12.1 Б1.Б.13.2 Б1.Б.22 Б1.Б.24 Б1.Б.26 Б1.В.ОД.1 Б1.В.ОД.3 Б1.В.ОД.6 Б1.В.ОД.8 Б1.В.ДВ.4.1 Б1.В.ДВ.6.1 Б2.У.1 Б2.П.2 ИГА	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью) Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Психология рекламы Теория и практика связей с общественностью Теоретические и практические проблемы рекламы Современная пресс-служба Основы медиапланирования Логика и теория аргументации Социальные медиа в рекламе Организация связей с общественностью: региональные и федеральные аспекты Реклама и связи с общественностью в социальной работе Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Итоговая государственная аттестация
11	ОПК-2	владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
	Б1.Б.13.2 Б1.В.ОД.3 Б1.В.ДВ.4.1 Б2.У.1 Б2.П.2 ИГА	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Основы медиапланирования Организация связей с общественностью: региональные и федеральные аспекты Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Итоговая государственная аттестация
12	ОПК-3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга
	Б1.Б.11.1 Б1.Б.21 Б1.Б.23 Б1.Б.25 Б1.В.ОД.1 Б2.У.1 Б2.П.1 Б2.П.2 ИГА	Основы теории коммуникации Социальная экология Иностранный язык в сфере профессиональных коммуникаций Стилистика и литературное редактирование Современная пресс-служба Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Научно-исследовательская работа Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Итоговая государственная аттестация
13	ОПК-4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
	Б1.Б.11.2 Б1.Б.11.3	Социология массовых коммуникаций Психология массовых коммуникаций

	Б1.Б.11.4 Б1.Б.12.1 Б1.Б.20 Б1.Б.22 Б1.Б.24 Б1.В.ОД.2 Б1.В.ОД.9 Б2.У.1 Б2.П.2 ИГА	Теория и практика массовой информации Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью) Социальная психология Психология рекламы Теория и практика связей с общественностью Корпоративные коммуникации Имиджология: проектные технологии Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Итоговая государственная аттестация
14	ОПК-5	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
	Б1.Б.11.2 Б1.Б.11.3 Б1.Б.11.4 Б1.Б.12.1 Б1.Б.17 Б1.Б.24 Б1.В.ОД.2 Б1.В.ОД.9 Б2.У.1 Б2.П.2 ИГА	Социология массовых коммуникаций Психология массовых коммуникаций Теория и практика массовой информации Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью) Основы профсоюзного движения Теория и практика связей с общественностью Корпоративные коммуникации Имиджология: проектные технологии Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Итоговая государственная аттестация
15	ОПК-6	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
	Б1.Б.9.1 Б1.Б.10 Б1.Б.11.1 Б1.Б.11.4 Б1.Б.21 Б1.Б.27 Б1.В.ДВ.5.2 Б2.У.1 Б2.П.1 Б2.П.2 ИГА	Математика Компьютерные технологии и информатика Основы теории коммуникации Теория и практика массовой информации Социальная экология Информационное сопровождение социальных проектов Основы дизайна Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Научно-исследовательская работа Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Итоговая государственная аттестация
16	ПК-1	способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
	Б1.Б.13.1 Б1.Б.13.2 Б1.Б.14.2 Б1.Б.26 Б1.Б.27 Б1.Б.28	Основы менеджмента Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в СО Теоретические и практические проблемы рекламы Информационное сопровождение социальных проектов Связи с общественностью в кризисных ситуациях

	Б1.В.ОД.9 Б1.В.ДВ.4.1 Б2.У.1 Б2.П.2 ИГА	Имиджология: проектные технологии Организация связей с общественностью: региональные и федеральные аспекты Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Итоговая государственная аттестация
17	ПК-2	владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы
	Б1.Б.13.1 Б2.У.1 Б2.П.2	Основы менеджмента Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
18	ПК-3	владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
	Б1.Б.13.1 Б1.В.ДВ.4.2 Б2.У.1 Б2.П.2	Основы менеджмента Организационное поведение в связях с общественностью Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
19	ПК-4	владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
	Б1.В.ДВ.1.2 Б1.В.ДВ.2.1 Б1.В.ДВ.2.2 Б2.У.1 Б2.П.2	Основы финансовой деятельности PR-агентства Правовое регулирование PR-деятельности Правовое регулирование рекламной деятельности Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
20	ПК-5	способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации
	Б1.Б.24 Б1.В.ОД.9 Б2.У.1 Б2.П.2 ИГА	Теория и практика связей с общественностью Имиджология: проектные технологии Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Итоговая государственная аттестация
21	ПК-6	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
	Б1.Б.11.1 Б1.Б.12.1 Б1.Б.20 Б1.Б.23 Б1.Б.24 Б1.В.ОД.2 Б1.В.ОД.7 Б1.В.ДВ.1.1 Б1.В.ДВ.6.2 ФТД.2 Б2.У.1 Б2.П.2	Основы теории коммуникации Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью) Социальная психология Иностранный язык в сфере профессиональных коммуникаций Теория и практика связей с общественностью Корпоративные коммуникации Социальная ответственность бизнеса Интернет-технологии в рекламе и СО Межкультурные коммуникации в рекламе и СО Основы фасилитации Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

22	ПК-7	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
	Б1.Б.11.2 Б1.Б.11.3 Б1.Б.11.4 Б1.Б.24 Б1.Б.28 Б1.В.ОД.1 Б1.В.ОД.2 Б1.В.ОД.3 Б1.В.ДВ.4.1 Б2.У.1 Б2.П.2 ИГА	Социология массовых коммуникаций Психология массовых коммуникаций Теория и практика массовой информации Теория и практика связей с общественностью Связи с общественностью в кризисных ситуациях Современная пресс-служба Корпоративные коммуникации Основы медиапланирования Организация связей с общественностью: региональные и федеральные аспекты Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Итоговая государственная аттестация
23	ПК-8	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
	Б1.В.ДВ.5.1 Б2.У.1 Б2.П.2	Фото и киносъемка в рекламе и связях с общественностью Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
24	ПК-9	способностью проводить маркетинговые исследования
	Б1.Б.14.1 Б1.Б.23 Б2.У.1 Б2.П.1 Б2.П.2 ИГА	Основы маркетинга Иностранный язык в сфере профессиональных коммуникаций Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Научно-исследовательская работа Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Итоговая государственная аттестация
25	ПК-10	способностью организовывать и проводить социологические исследования
	Б1.Б.6 Б1.Б.11.2 Б2.У.1 Б2.П.1 Б2.П.2 ИГА	Социология Социология массовых коммуникаций Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Научно-исследовательская работа Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Итоговая государственная аттестация
26	ПК-11	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
	Б1.Б.9.2 Б1.Б.11.4 Б1.Б.28 Б1.В.ДВ.4.1 Б2.У.1 Б2.П.2 ИГА	Статистика Теория и практика массовой информации Связи с общественностью в кризисных ситуациях Организация связей с общественностью: региональные и федеральные аспекты Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Итоговая государственная аттестация

27	ПК-12	способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
	Б1.Б.12.1 Б1.Б.24 Б1.Б.26 Б1.В.ОД.1 Б1.В.ОД.3 Б1.В.ОД.8 Б1.В.ДВ.6.1 Б2.У.1 Б2.П.2	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью) Теория и практика связей с общественностью Теоретические и практические проблемы рекламы Современная пресс-служба Основы медиапланирования Социальные медиа в рекламе Реклама и связи с общественностью в социальной работе Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
28	ПК-13	способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
	Б1.Б.12.1 Б1.Б.13.2 Б1.Б.26 Б1.Б.27 Б1.В.ДВ.6.1 Б2.У.1 Б2.П.2	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью) Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Теоретические и практические проблемы рекламы Информационное сопровождение социальных проектов Реклама и связи с общественностью в социальной работе Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
29	ПК-14	способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
	Б1.Б.12.1 Б1.Б.13.2 Б1.Б.22 Б1.Б.26 Б1.В.ОД.8 Б1.В.ДВ.6.1 Б2.У.1 Б2.П.2 ИГА	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связи с общественностью) Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Психология рекламы Теоретические и практические проблемы рекламы Социальные медиа в рекламе Реклама и связи с общественностью в социальной работе Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Итоговая государственная аттестация
30	ПК-15	владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
	Б1.Б.13.2 Б1.Б.14.1 Б1.Б.14.2 Б2.У.1 Б2.П.2	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Основы маркетинга Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в СО Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
31	ПК-16	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
	Б1.Б.13.2 Б1.В.ОД.8 Б1.В.ДВ.5.1 Б1.В.ДВ.5.2	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Социальные медиа в рекламе Фото и киносъемка в рекламе и связях с общественностью Основы дизайна

Матрица компетенций

Б1.Б.14. 2	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в СО	40	ПК-1	ПК-15										
Б1.Б.15	Безопасность жизнедеятельности	42	ОК-9											
Б1.Б.16	Физическая культура		ОК-8											
Б1.Б.17	Основы профсоюзного движения	42	ОК-4	ОК-6	ОПК-5									
Б1.Б.18	Основы социального государства	42	ОК-2	ОК-4										
Б1.Б.19	Социальное партнерство	42	ОК-4	ОК-6										
Б1.Б.20	Социальная психология	42	ОК-6	ОК-7	ОПК-4	ПК-6								
Б1.Б.21	Социальная экология	42	ОК-9	ОПК-3	ОПК-6									
Б1.Б.22	Психология рекламы	42	ОПК-1	ОПК-4	ПК-14									
Б1.Б.23	Иностранный язык в сфере профессиональных коммуникаций	39	ОК-5	ОПК-3	ПК-6	ПК-9								
Б1.Б.24	Теория и практика связей с общественностью	42	ОПК-1	ОПК-4	ОПК-5	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-12					
Б1.Б.25	Стилистика и литературное редактирование	42	ОПК-3											
Б1.Б.26	Теоретические и практические проблемы рекламы	42	ОПК-1	ПК-1	ПК-12	ПК-13	ПК-14							
Б1.Б.27	Информационное сопровождение социальных проектов	41	ОПК-6	ПК-1	ПК-13									
Б1.Б.28	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	42	ПК-1	ПК-7	ПК-11									
Б1.В.ОД .1	Современная пресс-служба	42	ОПК-1	ОПК-3	ПК-7	ПК-12								
Б1.В.ОД .2	Корпоративные коммуникации	42	ОПК-4	ОПК-5	ПК-6	ПК-7								
Б1.В.ОД .3	Основы медиапланирования	42	ОПК-1	ОПК-2	ПК-7	ПК-12								
Б1.В.ОД .4	Политология	42	ОК-2											
Б1.В.ОД .5	Основы социального страхования	42	ОК-4											
Б1.В.ОД .6	Логика и теория аргументации	42	ОК-7	ОПК-1										
Б1.В.ОД .7	Социальная ответственность бизнеса	40	ОК-4	ПК-6										
Б1.В.ОД .8	Социальные медиа в рекламе	42	ОПК-1	ПК-12	ПК-14	ПК-16								
Б1.В.ОД .9	Имиджелогия: проектные технологии	42	ОПК-4	ОПК-5	ПК-1	ПК-5								
	Элективные курсы по физической культуре	42	ОК-8											

Б1.В.ДВ. 1.1	Интернет-технологии в рекламе и СО	41	ПК-6												
Б1.В.ДВ. 1.2	Основы финансовой деятельности PR-агентства	15	ОК-3	ПК-4											
Б1.В.ДВ. 2.1	Правовое регулирование PR-деятельности	42	ОК-4	ПК-4											
Б1.В.ДВ. 2.2	Правовое регулирование рекламной деятельности	42	ОК-4	ПК-4											
Б1.В.ДВ. 3.1	Этика деловых отношений в сфере рекламы	42	ОК-6												
Б1.В.ДВ. 3.2	Этика деловых отношений в сфере СО	42	ОК-6												
Б1.В.ДВ. 4.1	Организация связей с общественностью: региональные и федеральные аспекты	42	ОПК-1	ОПК-2	ПК-1	ПК-7	ПК-11								
Б1.В.ДВ. 4.2	Организационное поведение в связях с общественностью	42	ПК-3												
Б1.В.ДВ. 5.1	Фото и киносъемка в рекламе и связях с общественностью	41	ПК-8	ПК-16											
Б1.В.ДВ. 5.2	Основы дизайна	41	ОПК-6	ПК-16											
Б1.В.ДВ. 5.3	Использование Corel Draw в рекламной и PR- деятельности	41	ПК-16												
Б1.В.ДВ. 6.1	Реклама и связи с общественностью в социальной работе	42	ОПК-1	ПК-12	ПК-13	ПК-14									
Б1.В.ДВ. 6.2	Межкультурные коммуникации в рекламе и СО	42	ОК-6	ПК-6											
Б2	Практики		ОК-7	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	
			ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10	ПК-11	ПК-12	ПК-13	ПК-14	ПК-15	ПК-16		
Б2.У.1	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности		ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	
			ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10	ПК-11	ПК-12	ПК-13	ПК-14	ПК-15	ПК-16			
Б2.П.1	Научно-исследовательская работа		ОК-7	ОПК-3	ОПК-6	ПК-9	ПК-10								
Б2.П.2	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности		ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	
			ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10	ПК-11	ПК-12	ПК-13	ПК-14	ПК-15	ПК-16			

Б2.П.3	Преддипломная практика													
Б3	Государственная итоговая аттестация		ОК-5	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ПК-1	ПК-5	ПК-7	ПК-9	ПК-10
			ПК-11	ПК-14										
ФТД	Факультативы		ОК-2	ОК-3	ОК-6	ПК-6								
ФТД.1	Политика и экономика		ОК-2	ОК-3										
ФТД.2	Основы фасилитации		ОК-6	ПК-6										