## Частное учреждение образовательная организация высшего образования

## «Омская гуманитарная академия»

## (ЧУОО ВО «ОмГА»)

Принято:

решением Ученого совета

Протокол № 8

от «25» марта 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор, д.фил.н., профессор

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.Э. Еремеев

29.03.2019 г.

ОДОБРЕНО:

на заседании Студенческого совета

ЧУОО ВО «ОмГА»

Протокол № 8

от «26» марта 2019 г.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОсновнОЙ профессиональнОЙ

образовательнОЙ программЫ

Уровень высшего образования  
Бакалавриат

**Направление подготовки**: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Направленность (профиль) программы**: «Информационные и коммуникационные технологии в сфере продвижения продукции средств массовой информации»

Омск, 2019

Основная профессиональная образовательная программа бакалавриат по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) программы: «Информационные и коммуникационные технологии в сфере продвижения продукции средств массовой информации» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры от --- марта 2019г., протокол №.--

Заведующий кафедрой ИмиЕД к.п.н., профессор, -------------- Лучко О.Н.

Рецензенты (работодатели):

## Частное учреждение образовательная организация высшего образования

## «Омская гуманитарная академия»

## (ЧУОО ВО «ОмГА»)

Принято:

решением Ученого совета

Протокол № 1

от «26» августа 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор, д.фил.н., профессор

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.Э. Еремеев

26.08.2019 г.

ОДОБРЕНО:

на заседании Студенческого совета

ЧУОО ВО «ОмГА»

Протокол № 1

от «26» августа 2019 г.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОсновнОЙ профессиональнОЙ

образовательнОЙ программЫ

Уровень высшего образования  
Бакалавриат

**Направление подготовки**: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Направленность (профиль) программы**: «Информационные и коммуникационные технологии в сфере продвижения продукции средств массовой информации»

Омск, 2019

Основная профессиональная образовательная программа бакалавриат по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) программы: «Информационные и коммуникационные технологии в сфере продвижения продукции средств массовой информации» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры от 26 августа 2019г., протокол №.1

Заведующий кафедрой ИмиЕД к.п.н., профессор, -------------- Лучко О.Н.

Рецензенты (работодатели):

**Содержание**

# Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

* 1. Определение и состав основной профессиональной образовательной программы
  2. Нормативные документы
  3. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС

# 1.4 Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательных программ

1.5. Форма обучения

1.6. Реализация программы бакалавриата

1.7. Язык обучения

1.8 Срок получения образования

1.9. Объем образовательной программы

1.10. Области и(или) сферы профессиональной деятельности выпускника

1.11. Объект(ы) профессиональной деятельности выпускника

1.12. Типы задач профессиональной деятельности выпускника

# Раздел 2. СТРУКТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1. Структура программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

# Раздел 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

# 3.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

# 3.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

# 3.3*.* Профессиональные компетенции выпускников

# Раздел 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

4.1. Общесистемные требования к реализации образовательной программы

4.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению образовательной программы

4.3. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы

4.4. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы

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

**Перечень сокращений**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| з.е. | – | зачетная единица |
| ОПК | – | общепрофессиональная компетенция |
| ОС | – | оценочное средство |
| ОТФ | – | обобщенная трудовая функция |
| ПД | – | профессиональная деятельность |
| ПК | – | профессиональная компетенция |
| ПС | – | профессиональный стандарт |
| ПООП | – | примерная основная образовательная программа по направлению подготовки |
| УК | – | универсальная компетенция |
| ФГОС ВО | – | федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования |

# Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

**1.1.Определение и состав основной профессиональной образовательной программы**

Основная профессиональная образовательная программа (далее – образовательная программа), реализуемая в ЧУОО ВО «Омская гуманитарная академия» (далее – Академия; ОмГА) представляет собой совокупность обязательных требований при реализации основных профессиональных образовательных программ высшего образования - программ бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (далее соответственно - программа бакалавриата, направление подготовки), утвержденных Приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017№ 512 ***«***Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью***»*** с учетом профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускников.

Академия разрабатывает программу бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью с учетом соответствующей примерной основной образовательной программы, включенной в реестр основных образовательных программ (далее ПООП)

Образовательная программа представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде общей характеристики программы, учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), программ практик, программы государственной итоговой аттестации, оценочных средств, методических материалов.

Образовательная программа формирует требования к результатам её освоения в виде универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций выпускников.

Образовательная программа позволяет осуществлять обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (при наличии данной категории обучающихся).

**1.2. Нормативные документы**

* Федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
* Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью утвержденный, Приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017№ 512 ***«***Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью***»*** с учетом профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускников;
* Приказ № 1061 от 12 сентября 2013 г. «Об утверждении перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования» (с изменениями и дополнениями от 29 января, 20 августа, 13 октября 2014 г., 25 марта, 1 октября 2015 г., 1 декабря 2016 г., 10, 11 апреля 2017 г.);
* Приказ от 05 апреля 2017 г. N 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной организации по образовательным программ высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
* Приказ Минобрнауки России от 29.06.2015 № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;
* Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного образования». Утвержден приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011 №1н;
* Порядок разработки примерных основных образовательных программ, проведения их экспертизы и ведения реестра примерных основных образовательных программ, утвержденный приказом Минобрнауки России от 28 мая 2014 года № 594;
* Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Минобрнауки России от 27 ноября 2015 г. № 1383.
* Устав ЧУОО ВО «Омская гуманитарная академия»;
* Локальные нормативные акты ОмГА <http://omga.su/sveden/document.>
* Профессиональные стандарты

**1.3 Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС**

Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приведен в **Приложении 4.**

# 1.4 Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательных программ - Бакалавр

**1.5. Форма обучения:** очная /очно-заочная / заочная*.*

**1.6. Реализация программы бакалавриата**: образовательная программа реализуется ОмГАсамостоятельно

**1.7. Язык обучения:** государственный язык РФ **–** русский

**1.8 Срок получения образования:**

* в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 4 года;
* в очно-заочной или заочной формах обучения срок получения образования составляет 4 года 6 месяцев;
* при обучении по индивидуальному плану при ускоренном обучении срок получения образования составляет 3 года 6 месяцев;
* при обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ может быть увеличен по их заявлению не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

**1.9. Объем образовательной программы**

* Объем программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью составляет 240 зачетных единиц (далее - з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану.
* Объем программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, 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.

Величина зачетной единицы устанавливается в объеме 27 астрономических часов (36 академических часов).

**1.10. Области и(или) сферы профессиональной деятельности выпускника**

При разработке программы бакалавриата Академия установила направленность (профиль) программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью «**Информационные и коммуникационные технологии в сфере продвижения продукции средств массовой информации**», которая соответствует направлению подготовки в целом или конкретизирует содержание программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в рамках направления подготовки путем ориентации ее на:

- область (области) профессиональной деятельности и сферу (сферы) профессиональной деятельности выпускников;

- тип (типы) задач и задачи профессиональной деятельности выпускников;

- при необходимости - на объекты профессиональной деятельности выпускников или область (области) знания.

*Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата, могут осуществлять профессиональную деятельность:*

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии

06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации

06.013 Специалист по информационным ресурсам

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

**1.11. Объект(ы) профессиональной деятельности выпускника**

– 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.

**1.12. Типы задач профессиональной деятельности выпускника**

В рамках освоения программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью выпускники могут готовиться к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

**авторский;**

-осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации;

**маркетинговый**

-продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

**организационный**

- организация процесса создания коммуникационного продукта

**технологический**

-участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий

При реализации программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Академия вправе применять электронное обучение, дистанционные образовательные технологии.

Электронное обучение, дистанционные образовательные технологии, применяемые при обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее - инвалиды и лица с ОВЗ), предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах (при наличии данной категории обучающихся).

# Раздел 2. СТРУКТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

**2.1. Структура программы бакалавриата** **по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью** Учебный план определяет перечень и последовательность освоения дисциплин, практик, промежуточной и государственной итоговой аттестаций, их трудоемкость в зачетных единицах и академических часах, распределение контактной работы обучающихся с преподавателем (в том числе лекционные, практические, лабораторные виды занятий, консультации) и самостоятельной работы обучающихся.

В рамках программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью выделяются обязательная часть и часть, формируемая ЧУОО ВО «ОмГА».

К обязательной части программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью относятся дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций, а также профессиональных компетенций, установленных ПООП в качестве обязательных Объём обязательной части, без учета государственной итоговой аттестации, составляет более 40% общего объема программы бакалавриата.

Структура программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью образование включает следующие блоки:

Блок 1 Дисциплины (модули) не менее 165з.е

Блок 2 Практика не менее 27 з.е

Блок 3 Государственная итоговая аттестация 6-9 з.е

Объем программы бакалавриата 240 з.е

Программа бакалавриата обеспечивает реализацию дисциплин: философия, история (история России, всеобщая история), иностранный язык, безопасность жизнедеятельности, в рамках Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Реализация дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту обеспечивается:

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

- в объеме не менее 328 академических часов, которые являются обязательными для освоения, не переводятся в з.е. и не включаются в объем программы бакалавриата, в рамках элективных дисциплин (модулей) в очной форме обучения.

Дисциплины (модули) по физической культуре и спорту реализуются в порядке, установленном Академией. Для инвалидов и лиц с ОВЗ Академия устанавливает особый порядок освоения дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту с учетом состояния их здоровья.

В Блок 2 входят учебная и производственная практики:

Типы учебной практики:

- Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)

- Типы производственной практики

- Производственная практика (профессионально-творческая практика)

- Производственная практика (профессионально-творческая практика)

- Производственная практика (преддипломная практика)

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входят:

-подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

Государственный экзамен не включен в государственную итоговую аттестацию по решению Ученого совета Академии.

В Академии обучающимся обеспечивается возможность освоения элективных дисциплин (модулей) и факультативных дисциплин (модулей):

-Физическая культура и спорт (элективная дисциплина)

- Стратегии противодействия международному терроризму (факультативная дисциплина)

- Противодействие коррупции (факультативная дисциплина)

- Этика профессиональной деятельности (факультативная дисциплина).

Календарный учебный график определяет сроки и периоды осуществления видов учебной деятельности, включая промежуточную и государственную итоговую аттестацию (ГИА), и периоды каникул.

Учебный план и календарный учебный график бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью представлены в приложении к образовательной программе (**приложения 1 и 2 соответственно**).

Аннотации всех учебных дисциплин, практик, ГИА бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью представлены в **приложении 3** к образовательной программе.

Государственная итоговая аттестация является обязательной и осуществляется после освоения всех предусмотренных образовательной программой дисциплин и практик в полном объеме. ГИА включает в себя подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

Академия предоставляет инвалидам и лицам с ОВЗ (по их заявлению) возможность обучения по программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, учитывающей особенности их психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости обеспечивающей коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц (при наличии данного контингента).

# Раздел 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью у выпускника должны быть сформированы следующие компетенции:

### **3.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения**

| **Категория универсальной компетенции** | **Код и наименование универсальной компетенции** | **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 знать методы поиска, сбора и обработки информации;  УК-1.2 знать общенаучные методы критического анализа и синтеза информации;  УК-1.3 знать метод системного подхода для решения поставленных задач;  УК-1.4 уметь использовать методы поиска, сбора и обработки информации;  УК-1.5 уметь использовать общенаучные методы критического анализа и синтеза информации;  УК-1.6 уметь использовать метод системного подхода для решения поставленных задач;  УК-1.7 владеть методами поиска, сбора и обработки информации;  УК-1.8 владеть общенаучными методами критического анализа и синтеза информации;  УК-1.9 владеть методикой системного подхода для решения поставленных задач. |
| 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 знать виды планирования массово-информационной деятельности;  УК-2.2 знать технологии реализации плана и стратегии, исходя из имеющихся ресурсов;  УК-2.3 знать действующие правовые нормы, ограничения в сфере массовой информации;  УК-2.4 уметь планировать массово-информационную деятельность;  УК-2.5 уметь использовать технологии реализации плана и стратегии, исходя из имеющихся ресурсов;  УК-2.6 уметь соблюдать действующие правовые нормы, ограничения в сфере массовой информации;  УК-2.7 владеть навыками планирования массово-информационной деятельности;  УК-2.8 владеть навыками создания и реализации стратегии, исходя их имеющихся ресурсов;  УК-2.9 владеть комплексными представлениями о действующих правовых нормах и ограничениях в сфере массовой информации. |
| Командная работа и лидерство | УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | УК-3.1 знать структуру современного общества, формы социального взаимодействия;  УК-3.2 знать формы социализации личности;  УК-3.3 знать формы командной работы;  УК-3.4 уметь определять и освещать социально значимые проблемы;  УК-3.5 уметь адаптироваться к изменениям социума;  УК-3.6 уметь адаптироваться к условиям командной работы;  УК-3.7 владеть навыками анализа актуальных социальных проблем современности;  УК-3.8 владеть навыками социализации;  УК-3.9 владеть навыками командной работы, лидерскими качествами. |
| Коммуникация | УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | УК-4.1 знать теоретические основы коммуникации;  УК-4.2 знать системные характеристики, функциональные стили и культуру речи современного русского языка как государственного языка Российской Федерации;  УК-4. 3 знать лексические единицы деловой коммуникации, а также основы терминосистемы; основы грамматической системы иностранного языка; правила речевого этикета в соответствии с ситуациями деловой коммуникации;  УК-4.4 уметь осуществлять эффективную коммуникацию;  УК-4.5 уметь использовать разнообразные языковые, стилистические средства в целях эффективной деловой коммуникации в устной и письменной формах на русском языке как государственном языке Российской Федерации;  УК-4.6 уметь вести диалог/полилог на иностранном языке, строить монологическое высказывание в пределах изученных тем на иностранном языке; передавать содержание прочитанного/прослушанного иноязычного текста;  УК-4.7 владеть навыками успешной коммуникации;  УК-4.8 владеть разнообразными языковыми, стилистическими средствами в целях эффективной деловой коммуникации в устной и письменной формах на русском языке как государственном языке Российской Федерации;  УК-4.9 владеть грамматическими навыками и лексическим запасом, обеспечивающими коммуникацию общего характера. |
| Межкультурное взаимодействие | УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | УК-5. 1 знать закономерности развития мировой истории и культуры;  УК-5.2 знать основные философские, этические школы и концепции;  УК-5.3 знать современные тенденции развития цивилизации;  УК-5.4 уметь рассматривать явление культуры в его историческом контексте;  УК-5.5 уметь анализировать исторические, философские источники, памятники искусства;  УК-5.6 уметь выявлять и осмыслять современные тенденции развития общества;  УК-5.7 владеть навыками анализа и интерпретации явлений культуры в их историческом контексте;  УК-5.8 владеть навыками анализа исторических, философских источников, памятников культуры;  УК-5.9 владеть навыками деятельности в поликультурной среде. |
| Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение) | УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | УК-6.1 знать основы саморазвития и самообразования;  УК-6.2 знать основы имиджелогии;  УК-6.3 знать содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности;  УК-6.4 уметь управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;  УК-6.5 уметь выстраивать собственный имидж;  УК-6.6 уметь планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения;  УК-6.7 владеть навыками управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;  УК-6.8 владеть навыками выстраивания успешного имиджа  УК-6.9 владеть навыками планирования профессиональной карьеры. |
| УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности | УК-7.1 знать социально-биологические и педагогические основы физического воспитания и самовоспитания;  УК-7.2 знать роль оптимальной двигательной активности в повышении функциональных и двигательных возможностей (тренированности) организма человека, работоспособности, в укреплении и поддержании здоровья, общей и профессиональной работоспособности;  УК-7.3 знать методику самостоятельного использования средств физической культуры и спорта для рекреации в процессе учебной и профессиональной деятельности;  УК-7.4 уметь самостоятельно использовать средства и методы физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития и телосложения;  УК-7.5 уметь использовать систематические занятия физическими упражнениями, различными видами спорта для формирования и развития психических качеств и свойств личности, необходимых в социально-культурной и профессиональной деятельности;  УК-7.6 уметь переносить физические нагрузки и перегрузки;  УК-7.7 владеть навыками повышения своих функциональных и двигательных способностей  УК-7.8 владеть должным уровнем физической подготовленности, необходимой для освоения профессиональных умений и навыков  УК-7.9 владеть навыками рефлексии и самокоррекции с использованием методов и средств самоконтроля за своим состоянием |
| Безопасность жизнедеятельности | УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций | УК-8.1 знать основные требования безопасности жизнедеятельности;  УК-8.2 знать дестабилизирующие факторы и угрозы современности в мире и в России;  УК-8.3 знать требования к поведению в условиях чрезвычайных ситуаций;  УК-8.4 уметь оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности и принимать меры по ее предупреждению;  УК-8. 5 уметь оказывать первую (доврачебную) медицинскую помощь пострадавшим;  УК-8.6 уметь пользоваться простейшими средствами индивидуальной защиты;  УК-8.7 владеть аналитическими умениями и навыками в области выявления и оценки различных видов опасностей; методикой и навыками оценки допустимого риска;  УК-8.8 владеть навыками оказания первой (доврачебной) медицинской помощи пострадавшим;  УК-8.9 владеть навыками использования простейших средств индивидуальной защиты. |

### **3.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения**

| **Категория общепрофес-сиональных компетенций** | **Код и наименование общепрофессиональной компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции** |
| --- | --- | --- |
| 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 знать отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиаиных коммуникационных продуктов, и (или) коммуникационных иных коммуникационных продуктов;  ОПК 1.2 знать отличительные особенности современных медиасегментов и платформ;  ОПК 1.3 знать нормы современного русского языка;  ОПК 1.4 знать нормы иностранного языка;  ОПК 1.5 знать особенности знаковых систем;  ОПК 1.6 уметь выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиаиныхкоммуникационных продуктов, и (или) коммуникационных иных коммуникационных продуктов;  ОПК 1.7 уметь выявлять отличительные особенности современных медиасегментов и платформ;  ОПК 1.8 уметь осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью различных жанров и форматов в соответствии с нормами современного русского языка;  ОПК 1.9 уметь осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностьюи (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами иностранного языка;  ОПК 1.10 уметь использовать информационные ресурсы различных знаковых систем;  ОПК 1.11 владеть навыками системного анализа отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиаиных коммуникационных продуктов, и (или) коммуникационных иных коммуникационных продуктов;  ОПК 1.12 владеть навыками системного анализа отличительных особенностей современных медиасегментов и платформ;  ОПК 1.13 владеть навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью различных жанров и форматов в соответствии с нормами современного русского языка;  ОПК 1.14 владеть навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами иностранного языка;  ОПК 1.15 владеть навыками использования информационных ресурсов различных 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 знать систему общественных и государственных институтов;  ОПК 2.2 знать механизмы функционирования и тенденции развития общественных и государственных институтов;  ОПК 2.3 знать актуальные проблемы и тенденции развития общественных и государственных институтов;  ОПК 2.4 знать методологию создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденции развития общественных и государственных институтов;  ОПК 2.5 уметь применять в профессиональной сфере знания о системе общественных и государственных институтов;  ОПК 2.6 уметь применять в профессиональной сфере знания о механизмах функционирования и тенденциях развития общественных и государственных институтов;  ОПК 2.7 уметь учитывать актуальные проблемы и тенденции развития общественных и государственных институтов в профессиональной деятельности;  ОПК 2.8 уметь использовать методологию создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденции развития общественных и государственных институтов в практической деятельности;  ОПК 2.9 владеть навыками применения в профессиональной сфере знаний о системе общественных и государственных институтов;  ОПК 2.10 владеть навыками применения в профессиональной сфере знаний о механизмах функционирования и тенденциях развития общественных и государственных институтов;  ОПК 2.11 владеть навыками анализа актуальных проблем и тенденций развития общественных и государственных институтов при решении профессиональных задач;  ОПК 2.12 владеть навыками использования методологии создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденции развития общественных и государственных институтов в профессиональной деятельности. |
| 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 знать основные закономерности отечественного и мирового культурного процесса;  ОПК 3.2 знать основные методы, направления и стили мирового культурного процесса;  ОПК 3.3 знать средства художественной выразительности;  ОПК 3.4 знать разнообразные стилистические средства;  ОПК 3.5 уметь анализировать произведение искусства;  ОПК 3.6 уметь выявлять формы выражения авторской позиции;  ОПК 3.7 уметь создавать рекламные тексты и продукты;  ОПК 3.8 уметь применять средства художественной выразительности, разнообразные стилистические средства;  ОПК 3.9 владеть навыками произведения искусства;  ОПК 3.10 владеть навыками интерпретации произведения искусства;  ОПК 3.11 владеть навыками создания рекламных текстов и продуктов;  ОПК 3.12 владеть навыками применения средств художественной выразительности, разнообразных стилистических средств. |
| Аудитория | ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | ОПК 4.1 знать запросы и потребности общества, отдельных аудиторных групп;  ОПК 4.2 знать основные социологические методы;  ОПК 4.3 знать основные инструменты поиска информации;  ОПК 4.4 знать запросы и потребности целевых аудиторий;  ОПК 4.5 уметь анализировать социологические данные;  ОПК 4.6 уметь использовать социологические методы исследования запросов и потребностей общества, отдельных аудиторных групп;  ОПК 4.7 уметь создавать рекламные тексты и (или) продукты с учетом запросов определенной целевой аудитории;  ОПК 4.8 уметь создавать рекламные тексты и (или) продукты коммуникационной направленности;  ОПК 4.9 владеть навыками анализа социологических данных;  ОПК 4.10 владеть навыками использования социологических методов исследования запросов и потребностей общества, отдельных аудиторных групп;  ОПК 4.11 владеть навыками создания рекламных текстов и (или) продуктов с учетом запросов определенной целевой аудитории;  ОПК 4.12 владеть навыками создания рекламных текстов и (или) продуктов коммуникационной направленности. |
| 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 знать отличительные особенности разных медиасистем на глобальном, национальном и региональном уровнях;  ОПК 5.2 знать совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем;  ОПК 5.3 знать факторы, регулирующие функционирование медикоммуникационных процессов;  ОПК 5.4 знать механизмы современных медиакоммуникационных систем;  ОПК 5.5 знать особенности региональной системы СМИ;  ОПК 5.6 уметь выявлять и анализировать отличительные особенности разных медиасистем на глобальном, национальном и региональном уровнях;  ОПК 5.7 уметь учитывать совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем в профессиональной деятельности;  ОПК 5.8 уметь осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом факторов, регулирующих функционирование медикоммуникационных систем;  ОПК 5.9 уметь осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом знания структуры современных медиакоммуникационных систем;  ОПК 5.10 уметь осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом особенностей региональной системы СМИ;  ОПК 5.11 владеть навыками системного анализа отличительных особенностей разных медиасистем на глобальном, национальном и региональном уровнях  ОПК 5.12 владеть навыками учета совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем в профессиональной деятельности;  ОПК 5.13 владеть навыками осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом факторов, регулирующих функционирование медикоммуникационных систем;  ОПК 5.14 владеть навыками осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом знания структуры современных медиакоммуникационных систем;  ОПК 5.15 владеть навыками осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом особенностей региональной системы СМИ. |
| Технологии | ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии | ОПК 6.1 знать необходимое современное техническое оборудование;  ОПК 6.2 знать необходимое современное программное обеспечение;  ОПК 6.3 знать современные стационарные и мобильные цифровые устройства;  ОПК 6.4 знать функции и возможности современных стационарных и мобильных цифровых устройств, использующихся на всех этапах создания рекламного текста и (или) продукта;  ОПК 6.5 уметь использовать необходимое современное техническое оборудование;  ОПК 6.6 уметь использовать необходимое современное программное обеспечение;  ОПК 6.7 уметь использовать современные стационарные и мобильные цифровые устройства;  ОПК 6.8 уметь применять функции и возможности современных стационарных и мобильных цифровых устройств, использующихся на всех этапах создания рекламного текста и (или) продукта;  ОПК 6.9 владеть навыками использования необходимого современного технического оборудования;  ОПК 6.10 владеть навыками использования необходимого современного программного обеспечения;  ОПК 6.11 владеть навыками использования современных стационарных и мобильных цифровых устройств;  ОПК 6.12 владеть навыками использования функций и возможностей современных стационарных и мобильных цифровых устройств, использующихся на всех этапах создания рекламного текста и (или) продукта. |
| Эффекты | ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | ОПК 7.1 знать цеховые принципы социальной ответственности;  ОПК 7.2 знать типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;  ОПК 7.3 знать профессиональные средства и приемы;  ОПК 7.4 знать принципы и нормы профессиональной этики;  ОПК 7.5 уметь соблюдать в профессиональной деятельности цеховые принципы социальной ответственности;  ОПК 7.6 уметь предвидеть типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;  ОПК 7.7 уметь осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;  ОПК 7.8 уметь осуществлять подготовку рекламных текстов и (или) продуктов, соблюдая нормы профессиональной этики;  ОПК 7.9 владеть навыками соблюдения в профессиональной деятельности цеховых принципов социальной ответственности;  ОПК 7.10 владеть навыками предвидения типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности;  ОПК 7.11 владеть навыками поиска корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами в сфере рекламы и связей с общественностью;  ОПК 7.12 владеть навыками подготовки рекламных текстов и (или) продуктов, соблюдая нормы профессиональной этики. |

## 3.3. Профессиональные компетенции выпускников

Профессиональные компетенции, устанавливаемые образовательной программой, формируются на основе профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников (при наличии), а также, при необходимости, на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных источников.

При определении профессиональных компетенций на основе профессиональных стандартов бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Академия осуществляет выбор профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, из числа указанных в приложении к ФГОС ВО и (или) иных профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, из реестра профессиональных стандартов (перечня видов профессиональной деятельности), размещенного на специализированном сайте Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Профессиональные стандарты» (<http://profstandart.rosmintrud.ru>) (при наличии соответствующих профессиональных стандартов).

Из каждого выбранного профессионального стандарта бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Академия выделяет одну или несколько обобщенных трудовых функций (далее - ОТФ), соответствующих профессиональной деятельности выпускников, на основе установленных профессиональным стандартом для ОТФ уровня квалификации и требований раздела «Требования к образованию и обучению». ОТФ может быть выделена полностью или частично.

Профессиональные компетенции разработаны с учетом ПС и ПООП (при наличии).

|  |  |
| --- | --- |
| **Код и наименование профессиональной компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции** |
| ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | ПК 1.1знать основные функции 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;  ПК 1.2знать 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;  ПК 1.3знать основы технологии тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;  ПК 1.4знать особенности использования технологии тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии в профессиональной деятельности;  ПК 1.5знать основные принципы организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры;  ПК 1.6знать методологию организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры;  ПК 1.7уметь осуществлять основные функции 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;  ПК 1.8 уметь реализовывать 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;  ПК 1.9 уметь использовать основы технологии тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;  ПК 1.10 уметь выстраивать профессиональную деятельность в соответствии с технологией тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;  ПК 1.11 уметь применять основные принципы организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры в профессиональной деятельности;  ПК 1.12 уметь выстраивать профессиональную деятельность в соответствии с методологией организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры;  ПК 1.13 владеть навыками выполнения основных функций 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;  ПК 1.14 владеть навыками реализации функционала 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;  ПК 1.15 владеть навыком использования основы технологии тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;  ПК 1.16 владеть навыками осуществления профессиональной деятельности в соответствии с технологией тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;  ПК 1.17 владеть навыками осуществления профессиональной деятельности в соответствии с методологией организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной;  ПК 1.18 владеть навыками работы в соответствии методологией организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. |
| ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ПК 2.1 знать основные принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося отечественного опыта;  ПК 2.2 знать методологию создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;  ПК 2.3 знать основы технологии создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом отечественного опыта;  ПК 2.4 знать технологии создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;  ПК 2.5 знать основные принципы создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR кампании;  ПК 2.6 знать методологию создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR кампании;  ПК 2.7 уметь реализовывать основные принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося отечественного опыта;  ПК 2.8 уметь реализовывать методологию создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;  ПК 2.9 уметь использовать основы технологии создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом отечественного опыта;  ПК 2.10 уметь применять основные принципы создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR – кампании;  ПК 2.11 уметь выстраивать профессиональную деятельность в соответствии с методологией создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR – кампании;  ПК 2.12 владеть навыками реализации основных принципов создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося отечественного опыта;  ПК 2.13 владеть навыками реализации методологии создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;  ПК 2.14 владеть навыками использования основ технологии создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом отечественного опыта;  ПК 2.15 владеть навыками осуществления профессиональной деятельности в соответствии с технологией создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;  ПК 2.16 владеть навыками осуществления профессиональной деятельности в соответствии с основными принципами создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR – кампании;  ПК 2.17 владеть навыками осуществления профессиональной деятельности в соответствии с методологией создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR кампании;  ПК 2.18 владеть навыками осуществления профессиональной деятельности в соответствии с методологией создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR кампании. |
| ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | ПК 3.1 знать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;  ПК 3.2 знать методологию маркетинговых исследований при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;  ПК 3.3 знать основные принципы организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;  ПК 3.4 знать методологию организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;  ПК 3.5 знать основные принципы / правила проведения мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;  ПК 3.6 знать систему / критерии мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;  ПК 3.7 уметь готовить изложение важнейших документов, материалов печати и информационных агентств;  ПК 3.8 уметь выстраивать профессиональную деятельность в соответствии с методологией маркетинговых исследований при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;  ПК 3.9 уметь использовать основные принципы организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;  ПК 3.10 уметь использовать методологию организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;  ПК 3.11 уметь использовать принципы / правила проведения мониторинг обратной связи с разными целевыми группами в практической деятельности;  ПК 3.12 уметь использовать систему / критерии мониторинга обратной связи с разными целевыми группами в практической деятельности;  ПК 3.13 владеть навыками использования основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;  ПК 3.14 владеть навыками осуществления профессиональной деятельности в соответствии с методологией маркетинговых исследований при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;  ПК 3.15 владеть навыками использования основных принципов организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;  ПК 3.16 владеть навыками использования методологии организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;  ПК 3.17 владеть навыками использования принципов / правил проведения мониторинга обратной связи с разными целевыми группами в практической деятельности;  ПК 3.18 владеть навыками использования системы / критериев мониторинга обратной связи с разными целевыми группами в практической деятельности. |
| ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | ПК 4.1 знать основы использования технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта;  ПК 4.2 знать методологию использования технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта;  ПК 4.3 знать основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;  ПК 4.4 знать особенности использования технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью;  ПК 4.5 знать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами;  ПК 4.6 знать методологию применения технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами;  ПК 4.7 знать основные принципы формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций;  ПК 4.8 знать методологию формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций;  ПК 4.9 знать основные современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта;  ПК 4.10 знать методологию использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта;  ПК 4.11 уметь использовать основные технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта;  ПК 4.12 уметь реализовывать методологию использования технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта;  ПК 4.13 уметь использовать основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;  ПК 4.14 уметь использовать технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью;  ПК 4.15 уметь применять основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами;  ПК 4.16 уметь выстраивать профессиональную деятельность в соответствии с методологией применения технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами;  ПК 4.17 уметь применять основные принципы формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций;  ПК 4.18 уметь выстраивать профессиональную деятельность в соответствии с методологией формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций  ПК 4.19 уметь использовать основные современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта  ПК 4.20 уметь выстраивать профессиональную деятельность в соответствии с методологией использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта  ПК 4.21 владеть навыками использования основных технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта;  ПК 4.22 владеть навыками реализации методологии использования технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта;  ПК 4.23 владеть навыками использования основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде;  ПК 4.24 владеть навыками использования технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью  ПК 4.25 владеть основными технологиями организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами  ПК 4.26 владеть навыками работы в соответствии методологией применения технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами  ПК 4.27 владеть навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций  ПК 4.28 владеть навыками работы в соответствии методологией формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций  ПК 4.29 владеть навыками использования основных современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта  ПК 4.30 владеть навыками работы в соответствии методологией использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта. |
| ПК-5 Способен осуществлять поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ, контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ | ПК 5.1 знать основы поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ, контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ;  ПК 5.2 знать методы обработки статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ, контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ;  ПК 5.3 уметь использовать основы поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ, контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ;  ПК 5.4 уметь использовать методы обработки статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ, контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ;  ПК 5.5 владеть навыками использования основ поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ, контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ;  ПК 5.6 владеть навыками использования методов обработки статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ, контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ. |
| ПК-6 Способен применять современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты в профессиональной деятельности | ПК 6.1 знать основы применения современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов в профессиональной деятельности;  ПК 6.2 знать методы применения современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов в профессиональной деятельности;  ПК 6.3 уметь использовать основы применения современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов в профессиональной деятельности;  ПК 6.4 уметь использовать методы применения современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов в профессиональной деятельности;  ПК 6.5 владеть основными навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов в профессиональной деятельности;  ПК 6.6 владеть навыками реализации методов применения современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов в профессиональной деятельности. |
| ПК-7 Способен осуществлять поддержку процессов проектирования и разработки сайта, анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания веб-сайта | ПК 7.1 знать основы осуществления поддержки процессов проектирования и разработки сайта, анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания веб-сайта;  ПК 7.2 знать методы осуществления поддержки процессов проектирования и разработки сайта, анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания веб-сайта;  ПК 7.3 уметь осуществлять поддержку процессов проектирования и разработки сайта, анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания веб-сайта;  ПК 7.4 уметь применять методы осуществления поддержки процессов проектирования и разработки сайта, анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания веб-сайта;  ПК 7.5 владеть основными навыками осуществления поддержки процессов проектирования и разработки сайта, анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания веб-сайта;  ПК 7.6 владеть навыками осуществления методов поддержки процессов проектирования и разработки сайта, анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания веб-сайта. |

Совокупность компетенций, установленных программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью обеспечивает выпускнику способность осуществлять профессиональную деятельность не менее чем в одной области профессиональной деятельности и сфере профессиональной деятельности, установленных в соответствии с пунктом 1.11 ФГОС ВО, и решать задачи профессиональной деятельности не менее, чем одного типа, установленного в соответствии с пунктом 1.12 ФГОС ВО.

Академия устанавливает в программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью индикаторы достижения компетенций:

- универсальные, общепрофессиональные и, при наличии, обязательные профессиональные компетенции - в соответствии с индикаторами достижения компетенций, установленными ПООП;

- рекомендуемые профессиональные компетенции и самостоятельно установленные профессиональные компетенции (при наличии) - самостоятельно.

Академия самостоятельно планирует результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам, которые должны быть соотнесены с установленными в программе бакалавриата индикаторами достижения компетенций.

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам обеспечивает формирование у выпускника всех компетенций, установленных программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

# Раздел 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Требования к условиям реализации программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации программы бакалавриата, а также требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата.

**4.1. Общесистемные требования к реализации образовательной программы**

Академия располагает на праве собственности помещениями и оборудованием для реализации образовательной программы по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде ОмГА из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), как на территории ОмГА, так и вне ее. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды могут быть созданы с использованием ресурсов иных организаций.

Электронная информационно-образовательная среда ОмГА 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 соответствует законодательству Российской Федерации.

Электронная информационно-образовательная среда Академии создана на платформе MOODLE, установленной на собственных серверах Академии, имеющих высокоскоростное подключение к сети «Интернет».

**4.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению образовательной программы**

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОмГА. Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован требуемыми печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

В образовательном процессе все обучающиеся Академии обеспечены доступом к Электронные библиотечные системы и электронные библиотеки:

* ЭБС IPRBooks-Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>
* ЭБС издательства «Юрайт» Режим доступа: <http://biblio-online.ru>

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

**4.3. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы**

Реализация образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью обеспечивается педагогическими работниками ОмГА, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях. Квалификация педагогических работников ОмГА отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

* Не менее 70 процентов численности педагогических работников Академии, 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), должны вести научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).
* Не менее 5 процентов численности педагогических работников Академии, 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), должны являться 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 Академии и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Организации на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), должны иметь 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).

**4.4. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы**

Финансовое обеспечение реализации программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования - программ бакалавриата и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством образования и науки Российской Федерации.

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

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательным программам определяется в рамках системы оценки качества, которая строится на сочетании различных оценочных механизмов: внешних и внутренних процедур оценивания образовательного процесса и его результатов.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе бакалавриата в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе бакалавриата требованиям ФГОС ВО с учетом соответствующей ПООП.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата осуществляется в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, отвечающими требованиям профессиональных стандартов (при наличии), требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

Применяемые механизмы оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся определены локальными нормативными актами ОмГА.

Приложение 4.

Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Код профессионального 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 |