## Частное учреждение образовательная организация высшего образования

## «Омская гуманитарная академия»

## (ЧУОО ВО «ОмГА»)

Принято:

решением Ученого совета

Протокол № 1

от «30» августа 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор, д.фил.н., профессор

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

30.08.2021 г.

ОДОБРЕНО:

на заседании Студенческого совета

ЧУОО ВО «ОмГА»

Протокол № 1

от «30» августа 2021 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, 2021

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 30августа 2021г., протокол № 1

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

**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 выпускникамобразовательных 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

4.6 Воспитательная работа и социальная политика ОмГА

**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.

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» (в ред. Приказов Минобрнауки [от 29.01.2014 N 63](https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=227288#l0), [от 20.08.2014 N 1033](https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=238261#l0), [от 13.10.2014 N 1313](https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=241888#l0), [от 25.03.2015 N 270](https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=250965#l0), [от 01.10.2015 N 1080](https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=260864#l0), [от 01.12.2016 N 1508](https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=285887#l0), [от 10.04.2017 N 320](https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=293131#l0), [от 11.04.2017 N 328](https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=296273#l0), [от 23.03.2018 N 210](https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=326324#l5), [от 30.08.2019 N 664](https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=344626#l0));
* 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»(с изменениями и дополнениями от 27 марта 2020 года N 490);
* Положение о практической подготовке обучающихся утверждено Приказом от 5 августа 2020 года N 885/390, Зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 11 сентября 2020 года, регистрационный N 59778;
* 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;
* Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 26 ноября 2020 г. № 1456 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования». Зарегистрировано в Минюсте РФ 27 мая 2021 г., Регистрационный № 63650, вступил в силу с 01.09.2021;
* 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 1.**

# 1.4 Квалификация, присваиваемая выпускникамобразовательных 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 каналамсредствами 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 общественностьювыпускники могут готовиться к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

**авторский;**

-осуществление авторской деятельности по созданию текстарекламы / связей собщественностью ии(или) иного коммуникационногопродукта с учетомспецифики разныхканалов коммуникации;

**маркетинговый**

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

**организационный**

- организация процессасозданиякоммуникационногопродукта

**технологический**

-участие в производственномпроцессе выпуска коммуникационногопродукта сприменениемсовременныхинформационных икоммуникационныхтехнологий

При реализации программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностьюАкадемия 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 бакалавриатапо 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)

-Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО(факультативная дисциплина).

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

ОПОПвключает в себя

Учебный план и календарный учебный график бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Аннотации всех учебных дисциплин, практик, ГИА бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

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 критическоемышление | УК-1Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | УК-1.1знать методы поиска, сбора и обработки информации;  УК-1.2знать общенаучные методы критического анализа и синтеза информации;  УК-1.3знать метод системного подхода для решения поставленных задач;  УК-1.4уметь использовать методы поиска, сбора и обработки информации;  УК-1.5уметь использовать общенаучные методы критического анализа и синтеза информации;  УК-1.6уметь использовать метод системного подхода для решения поставленных задач;  УК-1.7владеть методами поиска, сбора и обработки информации;  УК-1.8владеть общенаучными методами критического анализа и синтеза информации;  УК-1.9владеть методикой системного подхода для решения поставленных задач. |
| Разработка и реализацияпроектов | 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-2.1знать виды планирования массово-информационной деятельности;  УК-2.2знать технологии реализации плана и стратегии, исходя из имеющихся ресурсов;  УК-2.3знать действующие правовые нормы, ограничения в сфере массовой информации;  УК-2.4уметь планировать массово-информационную деятельность;  УК-2.5уметь использовать технологии реализации плана и стратегии, исходя из имеющихся ресурсов;  УК-2.6уметь соблюдать действующие правовые нормы, ограничения в сфере массовой информации;  УК-2.7владеть навыками планирования массово-информационной деятельности;  УК-2.8владеть навыками создания и реализации стратегии, исходя их имеющихся ресурсов;  УК-2.9владеть комплексными представлениями о действующих правовых нормах и ограничениях в сфере массовой информации. |
| Командная работа илидерство | 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-3.9владеть 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. 3знать 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. |
| Межкультурноевзаимодействие | 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 исаморазвитие (в том числездоровьесбережение) | 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-6.2знать основы имиджелогии;  УК-6.3знать содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности;  УК-6.4уметь управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;  УК-6.5уметь выстраивать собственный имидж;  УК-6.6уметь планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения;  УК-6.7владеть навыками управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;  УК-6.8владеть навыками выстраивания успешного имиджа  УК-6.9владеть навыками планирования профессиональной карьеры. |
| УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности | УК-7.1знать социально-биологические и педагогические основы физического воспитания и самовоспитания;  УК-7.2знать роль оптимальной двигательной активности в повышении функциональных и двигательных возможностей (тренированности) организма человека, работоспособности, в укреплении и поддержании здоровья, общей и профессиональной работоспособности;  УК-7.3знать методику самостоятельного использования средств физической культуры и спорта для рекреации в процессе учебной и профессиональной деятельности;  УК-7.4уметь самостоятельно использовать средства и методы физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития и телосложения;  УК-7.5уметь 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-7.6уметь переносить физические нагрузки и перегрузки;  УК-7.7владеть навыками повышения своих функциональных и двигательных способностей  УК-7.8владеть должным уровнем физической подготовленности, необходимой для освоения профессиональных умений и навыков  УК-7.9владеть навыками рефлексии и самокоррекции с использованием методов и средств самоконтроля за своим состоянием |
| Безопасностьжизнедеятельности | УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов | УК-8.1знать основные требования безопасности жизнедеятельности;  УК-8.2знать дестабилизирующие факторы и угрозы современности в мире и в России;  УК-8.3знать требования к поведению в условиях чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов;  УК-8.4уметь оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности и принимать меры по ее предупреждению;  УК-8.5уметь оказывать первую (доврачебную) медицинскую помощь пострадавшим;  УК-8.6уметь пользоваться простейшими средствами индивидуальной защиты;  УК-8.7владеть аналитическими умениями и навыками в области выявления и оценки различных видов опасностей; методикой и навыками оценки допустимого риска;  УК-8.8владеть навыками оказания первой (доврачебной) медицинской помощи пострадавшим;  УК-8.9владеть навыками использования простейших средств индивидуальной защиты. |
|  | УК -9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | УК -9.1 знать основные законы и закономерности функционирования экономики  УК -9.2знать основные документы, регламентирующие экономическую деятельность, источники финансирования профессиональной деятельности, принципы планирования экономической деятельности  УК -9.3уметь применять экономические знания при выполнении практических задач  УК -9.4уметь принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности  владеть способностью использования основных положений и методов экономических наук при решении социальных и профессиональных задач  УК -9.5владеть способностью использования основных положений и методов экономических наук при решении социальных и профессиональных задач  УК -9.6 владеть навыками применения экономических инструментов |
|  | УК 10.. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению | УК 10.1знать действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности  УК 10.2уметь анализировать, толковать и правильно применять правовые нормы о противодействии коррупционному поведению  УК 10.3 владеть навыками работы с законодательными и другими нормативными правовыми актами, регулирующими борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности |

### **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** |
| --- | --- | --- |
| Продуктпрофессиональнойдеятельности | 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 1.1знать отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиаиных коммуникационных продуктов, и (или) коммуникационных иных коммуникационных продуктов;  ОПК 1.2знать отличительные особенности современных медиасегментов и платформ;  ОПК 1.3знать нормы современного русского языка;  ОПК 1.4знать нормы иностранного языка;  ОПК 1.5знать особенности знаковых систем;  ОПК 1.6уметь выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиаиныхкоммуникационных продуктов, и (или) коммуникационных иных коммуникационных продуктов;  ОПК 1.7уметь выявлять отличительные особенности современных медиасегментов и платформ;  ОПК 1.8уметь осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью различных жанров и форматов в соответствии с нормами современного русского языка;  ОПК 1.9уметь осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностьюи (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами иностранного языка;  ОПК 1.10уметь использовать информационные ресурсы различных знаковых систем;  ОПК 1.11владеть навыками системного анализа отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиаиных коммуникационных продуктов, и (или) коммуникационных иных коммуникационных продуктов;  ОПК 1.12владеть навыками системного анализа отличительных особенностей современных медиасегментов и платформ;  ОПК 1.13владеть навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью различных жанров и форматов в соответствии с нормами современного русского языка;  ОПК 1.14владеть навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами иностранного языка;  ОПК 1.15владеть 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 2.1знать систему общественных и государственных институтов;  ОПК 2.2знать механизмы функционирования и тенденции развития общественных и государственных институтов;  ОПК 2.3знать актуальные проблемы и тенденции развития общественных и государственных институтов;  ОПК 2.4знать методологию создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденции развития общественных и государственных институтов;  ОПК 2.5уметь применять в профессиональной сфере знания о системе общественных и государственных институтов;  ОПК 2.6уметь применять в профессиональной сфере знания о механизмах функционирования и тенденциях развития общественных и государственных институтов;  ОПК 2.7уметь учитывать актуальные проблемы и тенденции развития общественных и государственных институтов в профессиональной деятельности;  ОПК 2.8уметь 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 2.9владеть навыками применения в профессиональной сфере знаний о системе общественных и государственных институтов;  ОПК 2.10владеть навыками применения в профессиональной сфере знаний о механизмах функционирования и тенденциях развития общественных и государственных институтов;  ОПК 2.11владеть навыками анализа актуальных проблем и тенденций развития общественных и государственных институтов при решении профессиональных задач;  ОПК 2.12владеть навыками использования методологии создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденции развития общественных и государственных институтовв 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 3.1знать основные закономерности отечественного и мирового культурного процесса;  ОПК 3.2знать основные методы, направления и стили мирового культурного процесса;  ОПК 3.3знать средства художественной выразительности;  ОПК 3.4знать разнообразные стилистические средства;  ОПК 3.5уметь анализировать произведение искусства;  ОПК 3.6уметь выявлять формы выражения авторской позиции;  ОПК 3.7уметь создавать рекламные тексты и продукты;  ОПК 3.8уметь применять средства художественной выразительности, разнообразные стилистические средства;  ОПК 3.9владеть 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 4.1знать запросы и потребности общества, отдельных аудиторных групп;  ОПК 4.2знать 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 4.11владеть 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. |
| Медиакоммуникационнаясистема | 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 5.1знать отличительные особенности разных медиасистем на глобальном, национальном и региональном уровнях;  ОПК 5.2знать 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 5.6уметь выявлять и анализировать отличительные особенности разных медиасистем на глобальном, национальном и региональном уровнях;  ОПК 5.7уметь 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 5.11владеть навыками системного анализа отличительных особенностей разных медиасистем на глобальном, национальном и региональном уровнях  ОПК 5.12владеть навыками учета совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем в профессиональной деятельности;  ОПК 5.13владеть навыками осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом факторов, регулирующих функционирование медикоммуникационных систем;  ОПК 5.14владеть навыками осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом знания структуры современных медиакоммуникационных систем;  ОПК 5.15владеть навыками осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом особенностей региональной системы СМИ. |
| Технологии | ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности | ОПК 6.1знать необходимое современное техническое оборудование;  ОПК 6.2знать необходимое современное программное обеспечение;  ОПК 6.3знать современные стационарные и мобильные цифровые устройства;  ОПК 6.4знать функции и возможности современных стационарных и мобильных цифровых устройств, использующихся на всех этапах создания рекламного текста и (или) продукта;  ОПК 6.5знать принципы работы современных информационных технологий  ОПК 6.6уметь использовать необходимое современное техническое оборудование;  ОПК 6.7уметь использовать необходимое современное программное обеспечение;  ОПК 6.8уметь использовать современные стационарные и мобильные цифровые устройства;  ОПК 6.9уметь применять функции и возможности современных стационарных и мобильных цифровых устройств, использующихся на всех этапах создания рекламного текста и (или) продукта;  ОПК 6.10уметь осуществлять выбор оптимальных современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности  ОПК 6.11владеть навыками использования необходимого современного технического оборудования;  ОПК 6.12владеть навыками использования необходимого современного программного обеспечения;  ОПК 6.13владеть навыками использования современных стационарных и мобильных цифровых устройств;  ОПК 6.14владеть навыками использования функций и возможностей современных стационарных и мобильных цифровых устройств, использующихся на всех этапах создания рекламного текста и (или) продукта;  ОПК 6.15владеть навыками использования современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности. |
| Эффекты | ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | ОПК 7.1знать цеховые принципы социальной ответственности;  ОПК 7.2знать типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;  ОПК 7.3знать профессиональные средства и приемы;  ОПК 7.4знать принципы и нормы профессиональной этики;  ОПК 7.5уметь соблюдать в профессиональной деятельности цеховые принципы социальной ответственности;  ОПК 7.6уметь предвидеть типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;  ОПК 7.7уметь 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 7.8уметь осуществлять подготовку рекламных текстов и (или) продуктов, соблюдая нормы профессиональной этики;  ОПК 7.9владеть навыками соблюдения в профессиональной деятельности цеховых принципов социальной ответственности;  ОПК 7.10владеть навыками предвидения типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности;  ОПК 7.11владеть 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 7.12владеть 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-1Способен 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 1.8уметь 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 1.9уметь использовать основы технологии тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;  ПК 1.10уметь выстраивать профессиональную деятельность в соответствии с технологией тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;  ПК 1.11уметь применять основные принципы организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры в профессиональной деятельности;  ПК 1.12уметь выстраивать профессиональную деятельность в соответствии с методологией организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры;  ПК 1.13владеть 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 1.14владеть 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 1.15владеть навыком использования основы технологии тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;  ПК 1.16владеть навыками осуществления профессиональной деятельности в соответствии с технологией тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;  ПК 1.17владеть навыками осуществления профессиональной деятельности в соответствии с методологией организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной;  ПК 1.18владеть навыками работы в соответствии методологией организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. |
| ПК-2Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ПК 2.1знать основные принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося отечественного опыта;  ПК 2.2знать методологию создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;  ПК 2.3знать основы технологии создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом отечественного опыта;  ПК 2.4знать 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 2.5знать основные принципы создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR кампании;  ПК 2.6знать методологию создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR кампании;  ПК 2.7уметь реализовывать основные принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося отечественного опыта;  ПК 2.8уметь реализовывать методологию создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;  ПК 2.9уметь 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 2.10уметь применять основные принципы создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR – кампании;  ПК 2.11уметь выстраивать профессиональную деятельность в соответствии с методологией создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR – кампании;  ПК 2.12владеть навыками реализации основных принципов создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося отечественного опыта;  ПК 2.13владеть навыками реализации методологии создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;  ПК 2.14владеть 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 2.15владеть 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 2.16владеть навыками осуществления профессиональной деятельности в соответствии с основными принципами создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR – кампании;  ПК 2.17владеть навыками осуществления профессиональной деятельности в соответствии с методологией создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR кампании;  ПК 2.18владеть навыками осуществления профессиональной деятельности в соответствии с методологией создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR кампании. |
| ПК-3Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | ПК 3.1знать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;  ПК 3.2знать методологию маркетинговых исследований при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;  ПК 3.3знать основные принципы организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;  ПК 3.4знать методологию организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;  ПК 3.5знать основные принципы / правила проведения мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;  ПК 3.6знать систему / критерии мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;  ПК 3.7уметь готовить изложение важнейших документов, материалов печати и информационных агентств;  ПК 3.8уметь выстраивать профессиональную деятельность в соответствии с методологией маркетинговых исследований при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;  ПК 3.9уметь использовать основные принципы организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;  ПК 3.10уметь использовать методологию организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;  ПК 3.11уметь использовать принципы / правила проведения мониторинг обратной связи с разными целевыми группами в практической деятельности;  ПК 3.12уметь использовать систему / критерии мониторинга обратной связи с разными целевыми группами в практической деятельности;  ПК 3.13владеть навыками использования основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;  ПК 3.14владеть навыками осуществления профессиональной деятельности в соответствии с методологией маркетинговых исследований при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;  ПК 3.15владеть навыками использования основных принципов организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;  ПК 3.16владеть навыками использования методологии организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;  ПК 3.17владеть навыками использования принципов / правил проведения мониторинга обратной связи с разными целевыми группами в практической деятельности;  ПК 3.18владеть навыками использования системы / критериев мониторинга обратной связи с разными целевыми группами в практической деятельности. |
| ПК-4Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | ПК 4.1знать основы использования технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта;  ПК 4.2знать методологию использования технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта;  ПК 4.3знать основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;  ПК 4.4знать особенности использования технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью;  ПК 4.5знать основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами;  ПК 4.6знать методологию применения технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами;  ПК 4.7знать основные принципы формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций;  ПК 4.8знать методологию формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций;  ПК 4.9знать основные современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта;  ПК 4.10знать методологию использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта;  ПК 4.11уметь использовать основные технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта;  ПК 4.12уметь реализовывать методологию использования технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта;  ПК 4.13уметь использовать основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;  ПК 4.14уметь использовать технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью;  ПК 4.15уметь применять основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами;  ПК 4.16уметь выстраивать профессиональную деятельность в соответствии с методологией применения технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами;  ПК 4.17уметь применять основные принципы формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций;  ПК 4.18уметь выстраивать профессиональную деятельность в соответствии с методологией формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций  ПК 4.19уметь использовать основные современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта  ПК 4.20уметь 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 4.21владеть навыками использования основных технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта;  ПК 4.22владеть навыками реализации методологии использования технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта;  ПК 4.23владеть навыками использования основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде;  ПК 4.24владеть навыками использования технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью  ПК 4.25владеть основными технологиями организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами  ПК 4.26владеть навыками работы в соответствии методологией применения технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами  ПК 4.27владеть навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций  ПК 4.28владеть навыками работы в соответствии методологией формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций  ПК 4.29владеть навыками использования основных современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта  ПК 4.30владеть 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-5Способен осуществлять поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ, контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ | ПК 5.1знать основы поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ, контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ;  ПК 5.2знать методы обработки статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ, контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ;  ПК 5.3уметь использовать основы поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ, контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ;  ПК 5.4уметь использовать методы обработки статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ, контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ;  ПК 5.5владеть навыками использования основ поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ, контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ;  ПК 5.6владеть навыками использования методов обработки статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ, контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ. |
| ПК-6Способен применять современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты в профессиональной деятельности | ПК 6.1знать основы применения современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов в профессиональной деятельности;  ПК 6.2знать методы применения современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов в профессиональной деятельности;  ПК 6.3уметь использовать основы применения современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов в профессиональной деятельности;  ПК 6.4уметь использовать методы применения современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов в профессиональной деятельности;  ПК 6.5владеть основными навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов в профессиональной деятельности;  ПК 6.6владеть навыками реализации методов применения современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов в профессиональной деятельности. |
| ПК-7Способен осуществлять поддержку процессов проектирования и разработки сайта, анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания веб-сайта | ПК 7.1знать основы осуществления поддержки процессов проектирования и разработки сайта, анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания веб-сайта;  ПК 7.2знать методы осуществления поддержки процессов проектирования и разработки сайта, анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания веб-сайта;  ПК 7.3уметь осуществлять поддержку процессов проектирования и разработки сайта, анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания веб-сайта;  ПК 7.4уметь применять методы осуществления поддержки процессов проектирования и разработки сайта, анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания веб-сайта;  ПК 7.5владеть основными навыками осуществления поддержки процессов проектирования и разработки сайта, анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания веб-сайта;  ПК 7.6владеть 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 общественностьюобеспечивается 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.

**4.6 Воспитательная работа и социальная политика ОмГА**

Воспитательная работа и социальная политика являются приоритетными направлениями в деятельности ЧУОО ВО «Омская гуманитарная академия». Основными направлениями выступают:

* совершенствование условий обучения, внеучебной деятельности и труда;
* формирование гражданской ответственности, стремление к самообразованию, развитие творческой инициативы;
* воспитание устойчивых нравственно-эстетических качеств, развитие творческих способностей и познавательных интересов;
* совершенствование системы стимулирования работы преподавателей и сотрудников, повышение заработной платы;
* поддержка и стимулирование преподавательской и исследовательской работы студентов, аспирантов, молодых ученых и преподавателей вуза.

В академии имеется богатейший опыт воспитания и развития творческих способностей обучающихся. Активно проводятся различные творческие мероприяття и конкурсы. Эти мероприятия способствуют развитию нравственно-эстетических качеств личности студентов. Развитие системы студенческого самоуправления являются залогом формирования самостоятельности и общественно-политической активности личности студентов.

Для инициативной, самостоятельной, ответственной общественной деятельности студентов, направленной на развитие их социальной активности, создан студенческий совет. Орган студенческого самоуправления решает самостоятельно многие вопросы организации досуга, творческого самовыражения юношей и девушек, а также межвузовского обмена, быта студентов. Эффективность воспитательной работы достигается выполнением правил внутреннего распорядка и локальных актов академии, всесторонним информационным обеспечением, а также сочетанием требовательности к студентам и уважения их личного достоинства, прав и убеждений.

Основные направления воспитательной деятельности университета реализуются согласно утвержденному Комплексному плану внеучебной деятельности в ЧУОО ВО «Омская гуманитарная академия». Академия разрабатывает календарный план воспитательной работы и рабочую программу воспитания. Календарный план воспитательной работы и рабочая программа воспитания, включает в себя следующие основные направления Программы:

Блок 1. Профессиональное воспитание обучающихся Модуль 1.1. Профессиональное воспитание

Блок 2. Социализация обучающихся Модуль 2.1. Гражданско-патриотическое воспитание Модуль 2.2. Физическая культура и здоровье сбережение Модуль 2.3.Культурно-творческое воспитание Модуль 2.4. Молодежное предпринимательство Модуль 2.5. Экологическое воспитание.

В Омской гуманитарной академии созданы условия для успешной социальной адаптации студентов с ОВЗ и инвалидностью: организовано психологическое сопровождение, имеющее целью выявление и решение проблем, связанных с обучением, общением и социальной адаптацией студентов, на факультетах –индивидуальное сопровождение, целью которого является контроль учебной деятельности. В расписании занятий предусматриваются перерывы для отдыха и приема пищи. Перерывы между занятиями составляют не менее 10 минут. Приказом о режиме занятий обучающихся предусмотрены две большие перемены для приема пищи. Специальные условия питания обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены Положением «Об условиях питания обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья». Адаптированные основные профессиональные образовательные программы, реализуемые в Академии для этой категории студентов, предусматривают их особые потребности, в том числе в части организации режима питания.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в академии установлен особый порядок освоения дисциплины «Физическая культура и спорт». В зависимости от рекомендации медико-социальной экспертизы на основании соблюдения принципов сбережения здоровья и адаптивной физической культуры преподавателем дисциплины «Физическая культура и спорт» разрабатывается комплекс специальных занятий, направленных на развитие, укрепление и поддержание здоровья студентов. Данные занятия предусмотрены расписанием занятий академии. Это могут быть подвижные занятия адаптивной физкультурой в спортивном зале или на открытом воздухе. Для студентов с ограничениями передвижения это могут быть занятия по настольным, интеллектуальным видам спорта. С целью координации деятельности по обучению и воспитанию в академии назначено должностное лицо, ответственное за работу с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, повышение доступности и качества их образования, организацию профориентационной работы, а также содействие трудоустройству выпускников с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья.

Академия располагает медпунктом для оказания первой медицинской помощи инвалидам и студентам с ограниченными возможностями здоровья. В вузе имеются санитарно-гигиенические помещения и система пожарной сигнализации пригодные для обучающихся ряда нозологий (при наличии данной категории обучающихся).

Приложение 1.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | Кодпрофессиональногостандарта | Наименование области профессиональной деятельности.Наименование профессионального стандарта |
| 06. Связь, информационные и коммуникационные технологии | | |
| 1. | 06.009 | Профессиональный стандарт "Специалист по продвижению ираспространению продукции средств массовой информации",утвержденный приказом Министерства труда и социальнойзащиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н(зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации4 сентября 2014 г., регистрационный N 33973) |
| 2. | 06.013 | Профессиональный стандарт "Специалист по информационнымресурсам", утвержденный приказом Министерства труда исоциальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N629н (зарегистрирован Министерством юстиции РоссийскойФедерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), сизменениями, внесенными приказом Министерства труда исоциальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N727н (зарегистрирован Министерством юстиции РоссийскойФедерации 13 января 2017 |