

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

АДАПТИРОВАННАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

(адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья)

нозологическая группа:
незрячие и слабовидящие обучающиеся
глухие, слабослышащие обучающиеся
обучающиеся с нарушениями опорно-двигательного аппарата (ОДА)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Социальные коммуникации

Основной вид деятельности: рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая

Квалификация: Бакалавр

Форма обучения: очная

Год начала подготовки по образовательной программе: 2014

Образовательная программа 42.03.01 Реклама и связи с общественностью обсуждена на заседании кафедры Социологии и массовых коммуникаций, протокол заседания кафедры №_10_ от 20.06.2017 г.

Заведующий кафедрой:

д.кл.н., доцент Г.Б. Паршукова



Образовательная программа утверждена на ученом совете факультета гуманитарного образования, протокол №6 от 21.06.2017 г.

Ответственный за образовательную программу

д.кл.н., доцент Г.Б. Паршукова



декан ФГО:

д.ф.н., профессор М.В. Ромм



СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения	4
2. Квалификационная характеристика выпускника	8
3. Содержание образовательной программы	16
4. Условия реализации образовательной программы подготовки	18
5. Оценка качества подготовки студентов и выпускников	20
6. Особенности реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	20
Приложение	21

1. Общие положения

1.1 Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса

Образовательная программа, реализуемая по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде следующего комплекта документов:

- общей характеристики образовательной программы высшего образования;
- учебного плана;
- календарного учебного графика;
- рабочих программ дисциплин (модулей);
- программ практик;
- фондов оценочных средств по дисциплинам и государственной итоговой аттестации;
- методических материалов.

Информация об образовательной программе размещена на официальном сайте НГТУ в сети «Интернет» <http://www.nstu.ru/sveden/education>.

Комплект документов по образовательной программе обновляется ежегодно с учетом развития науки, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы.

1.1.1 В общей характеристике образовательной программы указываются:

- код и наименование направления подготовки;
- направленность (профиль) образовательной программы;
- квалификация, присваиваемая выпускникам;
- вид профессиональной деятельности, к которому готовятся выпускники;
- планируемые результаты освоения образовательной программы – компетенции, которыми должны обладать выпускники:
 - установленные образовательным стандартом;
 - установленные организацией дополнительно к компетенциям, установленным образовательным стандартом, с учетом направленности (профиля) образовательной программы;
- планируемые результаты обучения по каждой дисциплине (модулю) и практике - знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

В качестве приложения к основной характеристике образовательной программы приводится таблица соответствия между характеристиками этапов освоения компетенций (знаниями, умениями и опытом деятельности выпускника) и элементами образовательной программы (учебными дисциплинами (модулями) и практиками).

1.1.2 В учебном плане указывается перечень дисциплин (модулей), практик, аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации обучающихся, других видов учебной деятельности (далее вместе - виды учебной деятельности) с указанием их объема в зачетных единицах, последовательности и распределения по периодам обучения. В учебном плане выделяется объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем (далее - контактная работа обучающихся с преподавателем) (по видам учебных занятий) и самостоятельной работы обучающихся в академических часах. Для каждой дисциплины (модуля) и практики указывается форма промежуточной аттестации обучающихся.

1.1.3 В календарном учебном графике указываются периоды осуществления видов учебной деятельности и периоды каникул.

1.1.4 Рабочая программа дисциплины (модуля) включает в себя:

- наименование дисциплины (модуля);
- перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
- указание места дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы;

- объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся;
- содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий;
- перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю);
- фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю);
- перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля);
- перечень методического и программного обеспечения дисциплины (модуля);
- перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости);
- описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

1.1.5 Программа практики включает в себя:

- указание вида практики, способа и формы (форм) ее проведения;
- перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
- указание места практики в структуре образовательной программы;
- указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях либо в академических или астрономических часах;
- содержание практики;
- указание форм отчетности по практике;
- фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике;
- перечень учебной литературы и ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения практики;
- перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости);
- описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики.

1.1.6 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) или практике, входящий в состав соответствующей рабочей программы дисциплины (модуля) или программы практики, включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал и процедур оценивания для каждого результата обучения по дисциплине (модулю) или практике;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

1.1.7 Фонд оценочных средств для государственной итоговой аттестации включает в себя:

- перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал и процедур оценивания;

- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

1.2 Цель (миссия) образовательной программы

Миссия образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль: Социальные коммуникации (основной вид деятельности рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая) состоит в подготовке специалистов, способных осуществлять научно-исследовательскую, аналитическую и профессиональную деятельность, в области рекламы и связей с общественностью как в профессиональной социально-коммуникационной деятельности.

1.3 Сроки освоения образовательной программы

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (далее - з.е.) вне зависимости от применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренному обучению.

Срок получения образования по образовательной программе в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий составляет 4 года. Объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год, составляет не более 60 з.е.

1.4 Язык реализации образовательной программы

Образовательная деятельность по программе бакалавриата осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

1.5 Нормативная база

Требования и условия реализации основной образовательной программы определяются Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 11.08.16 №997 (зарегистрирован Минюстом России 25.08.16, регистрационный №43414), а также государственными нормативными актами и локальными актами образовательной организации.

1.6 Особенности образовательной программы

При разработке образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль: Социальные коммуникации) учтены требования регионального рынка труда, состояние и перспективы развития рекламной отрасли и связей с общественностью.

Компетенции, приобретаемые выпускниками, сформулированы также с учетом индустриального стандарта АКАР¹ и проектом профессионального стандарта специалиста по связям с общественностью РАСО².

¹ Индустриальные стандарты / Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР) [Электронный ресурс] URL: <http://www.akarussia.ru/about/about>

² Профессиональный стандарт специалиста по связям с общественностью / Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) [Электронный ресурс] URL: <http://www.raso.ru/profstandart.php>

Таблица 1.6.1

Профессиональные компетенции ФГОС ВО в соответствии с профилем образовательной программы	Трудовые функции и квалификационные требования, сформулированные по предложению работодателей
способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы ПК-8;	Обобщенная трудовая функция: Подготовка рекламной и PR-продукции: • Подготовка рекламной продукции • Подготовка продукции для использования при взаимодействии со СМИ • Подготовка рекламной и PR-продукции для целей внутренних коммуникаций • Организация взаимодействия со средствами массовой информации
компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований ПК-9;	Обобщенная трудовая функция: Организация и проведение исследований: • Определение целей и задач, необходимых для достижения целей • Выбор методологии и инструментов • Поиск информации в открытых источниках и в средствах массовой информации • Обработка и структурирование результатов исследования • Оформление результатов работ • Формулирование выводов и рекомендаций • Оценка соответствия результатов анализа целям и задачам исследования
способностью организовывать и проводить социологические исследования ПК-10;	
владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов ПК-11.	

При реализации образовательной программы предусмотрено сопровождение обучающихся академическим консультантом, оказывающим содействие в формировании индивидуальных образовательных траекторий, выборе дисциплин, обеспечивающих профессиональное развитие студента.

1.7 Востребованность выпускников

Выпускники образовательной программы востребованы в рекламных и коммуникационных агентствах г. Новосибирска (например, АГД «Сибирь», рекламное агентство «Мелехов и Филюрин», агентство коммуникаций «Банзай»); органах государственной власти и местного самоуправления, в т.ч. мэрии г. Новосибирска, администрация Новосибирской области; политические и общественные движения; Межрегиональная ассоциация экономического взаимодействия субъектов Российской Федерации «Сибирское соглашение», учреждениях культуры и образования г. Новосибирска.

2. Квалификационная характеристика выпускника

2.1 Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших образовательную программу, включает:

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

2.2 Объектами профессиональной деятельности выпускников образовательной программы являются:

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

2.3 Основным видом профессиональной деятельности, к которой готовится выпускник образовательной программы, является: **рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая**, дополнительно образовательная программа ориентирована на рекламно-информационную и коммуникационную виды деятельности.

2.4 Обучающийся готовится к решению следующих **профессиональных задач** в соответствии с направленностью (профилем) образовательной программы и основным видом профессиональной деятельности. Выпускник освоивший программу бакалавриата, в соответствии с рыночно-исследовательским и прогнозно-аналитическая видом профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

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

Дополнительно выпускник готовится к решению профессиональных задач в рекламно-информационных и коммуникационных видах деятельности:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;
- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

2.5 Планируемые результаты освоения образовательной программы (компетенции).

В результате освоения образовательной программы у выпускника должны быть сформированы следующие компетенции (таблица 2.5.1).

Таблица 2.5.1

Коды	Компетенции, знания/умения
<i>Общекультурные компетенции (ОК)</i>	
ОК.1	способность использовать основы философских знаний для формирования

	мировоззренческой позиции
з1	Знать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
з2	Знать основные теории, формирующие мировоззренческие позиции в условиях современного общества
у1	Уметь использовать основы философских знаний для формирования собственной мировоззренческой позиции и мировоззренческой позиции коллектива организации
ОК.2	способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
з1	Знать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
з2	Знать историю общественно-политической мысли, взаимоотношений власти и общества
з3	Знать историю рекламы и связей с общественностью
з4	Знать характерные особенности и основные этапы развития культурно-исторических эпох, направлений мировой культуры
з5	Знать общие закономерности и национальные особенности развития Российского государства и общества
у1	Уметь анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
у2	Уметь применять основные политологические понятия и концепции при анализе современных социально-политических явлений
у3	Уметь формулировать собственную позицию по современным проблемам общественно-политического развития
ОК.3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
з1	Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
з2	Знать основы бухгалтерского учета
у1	Уметь использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
у2	Уметь осуществлять бухгалтерский учет
ОК.4	способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
з1	Знать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
з2	Знать отраслевую направленность правовых норм, в том числе с учетом особенностей профессиональной деятельности
у1	Уметь использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
у2	Осуществлять реализацию нормативно-правовых актов в сфере профессиональной деятельности
ОК.5	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
з1	Знать правила коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
з2	Знать правила коммуникации в устной и письменной формах иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
у1	Уметь осуществлять личные контакты с представителями различных культур
у2	Уметь применять правила коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
у3	Уметь применять правила коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК.6	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

з1	Знать организационно-управленческой работы с коллективами
з2	Знать особенности работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
з3	Знать различия и общность отечественной и мировой культуры
у1	Уметь выстраивать межкультурную, деловую, профессиональную коммуникацию с учетом психологических, поведенческих, социальных характеристик партнеров
ОК.7	способность к самоорганизации и самообразованию
з1	Знать способы самоорганизации и самообразования
з2	Уметь использовать различные способы самоорганизации и самообразования
ОК.8	способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
з1	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
у1	Уметь использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК.9	готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
з1	Знать основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
у1	Уметь пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
<i>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</i>	
ОПК.1	способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
з1/РИИПА	Знать основы компьютерной графики
з1	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
з1/РИИПА	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий
з1/РИИПА	Иметь знания в сфере социальных коммуникаций
з2	Знать базовые научные теории в сфере рекламы и связей с общественностью
з2/РИИПА	Знать правила и способы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
з3	Знать технологию брендинга
з4	Знать методы и методологию научных исследований
з5	Знать особенности научных исследований в социально-гуманитарных науках
з6	Знать структуру пресс-службы организации
з7	Знать виды, формы и содержание рекламного продукта
з8	Знать современное веб-пространство
у1	Уметь под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
у1/РИИПА	Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
у1/РИИПА	Уметь подготавливать проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
у1/РИИПА	Уметь применять методы дизайна в профессиональной деятельности
у2/РИИПА	Уметь создавать основные журналистские произведения
у2	Уметь реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
у2/РИИПА	Уметь реализовывать знания в области социальной коммуникации как сферы профессиональной деятельности

у3	Уметь использовать методы научных исследований
у3/РИИПА	Уметь создать сценарий видеофильма
у4/РИИПА	Уметь эффективно реализовывать деятельность журналиста в практике СМИ
у4	Уметь анализировать психологические аспекты массовой коммуникации
у5	Уметь планировать и применять инструменты антикризисного PR
у5/РИИПА	Уметь разрабатывать рекламные продукты различного вида, формы и содержания
у6	Уметь осуществлять консалтинговую деятельность в профессиональной сфере
у7	Уметь анализировать имидж территории
ОПК.2	владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
з1	Знать основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
з1	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
з1/РИИПА	Иметь знания в сфере социальных коммуникаций
з2	Знать основы дизайна
з2/РИИПА	Знать правила и способы подготовки проектной документации (техничко-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
з3	Знать специфику персонального имиджа
з4	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
з5	Знать структуру рекламного агентства, пресс-центра, пресс-службы, отделов печати, СМИ, отделов по связям с общественностью, центров общественных связей и коммуникационных агентств
у1	Владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
у1/РИИПА	Уметь подготавливать проектную документацию (техничко-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
у1	Уметь работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
у2	Уметь применять навыки работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
у2/РИИПА	Уметь реализовывать знания в области социальной коммуникации как сферы профессиональной деятельности
ОПК.3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга
з1	Знать базовые инструменты создания текстов рекламы и связей с общественностью
з2	Знать способы подготовки к выпуску, производство и методы распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
з3	Знать технологии литературного редактирования, копирайтинга
з4	Знать особенности текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламе
у1	Уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью
у2	Уметь использовать технологии литературного редактирования, копирайтинга
у3	Уметь готовить текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
у4	Уметь работать с рекламными и PR-текстами на родном языке
у5	Уметь под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
у6	Уметь писать пресс-релизы

y7	Уметь использовать интернет-ресурсы для журналистской, рекламной деятельности и PR-деятельности
ОПК.4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
z1	Знать инструменты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий
z2	Знать основные схемы анализа коммуникационной среды территории
y1	Уметь планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
y2	Уметь снять и смонтировать видеофильм
ОПК.5	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
z1	Знать технологию проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
y1	Уметь проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ОПК.6	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
z1	Знать способы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
z2	Знать основы информационно-коммуникационных технологий
y1	Уметь решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
y2	Уметь использовать социальные сети для целей рекламы и связей с общественностью
y3	Уметь анализировать коммуникации в веб-пространстве, оценивать качество электронных ресурсов
y4	Уметь проектировать фирменный стиль
<i>Профессиональные компетенции (ПК) ФГОС, относящиеся к основному виду деятельности</i>	
ПК.9	способность проводить маркетинговые исследования
z1/РИИПА	Знать методы и инструменты реализации проектов
z1/РИИПА	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий
z2/РИИПА	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
y1/РИИПА	Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
y1/РИИПА	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
y2/РИИПА	Уметь проводить маркетинговые исследования
ПК.10	способность организовывать и проводить социологические исследования
z1/РИИПА	Знать инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы
z2/РИИПА	Знать основные особенности журналистики как социального института
z3/РИИПА	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
y1/РИИПА	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
ПК.11	способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
z1/РИИПА	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
y1/РИИПА	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы
y2/РИИПА	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
<i>Профессиональные компетенции (ПК) ФГОС, дополнительные к компетенциям основного вида деятельности</i>	

ПК.16	способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
з1/РИИПА	Знать основы компьютерной графики
у1/РИИПА	Уметь применять методы дизайна в профессиональной деятельности
у2/РИИПА	Уметь создавать основные журналистские произведения
у3/РИИПА	Уметь создать сценарий видеофильма
у4/РИИПА	Уметь эффективно реализовывать деятельность журналиста в практике СМИ
у5/РИИПА	Уметь разрабатывать рекламные продукты различного вида, формы и содержания

Этапы формирования компетенций выпускника приведены в таблице 2.5.2.

Этапы формирования компетенций выпускника

Таблица 2.5.2

Код компетенции	Семестр 1	Семестр 2	Семестр 3	Семестр 4	Семестр 5	Семестр 6	Семестр 7	Семестр 8
ОК.1			Основы интегрированных коммуникаций; Основы теории коммуникации; Философия					
ОК.2	Всемирная история; История	Культурология	Политические коммуникации		Межрегиональные конфликты		Политическая и социальная реклама	
ОК.3	Математика	Экономика						Бухгалтерский учёт; Мерчендайзинг
ОК.4		Правоведение			Нормативные основы рекламы и связей с общественностью			
ОК.5	Иностранный язык; Русский язык и культура речи	Иностранный язык			Межкультурная коммуникация	Деловой английский язык; Технология публичного выступления		
ОК.6	История искусства; История литературы		Основы менеджмента; Психология и педагогика	Конфликтология	Межкультурная коммуникация		Организационная культура	
ОК.7			Психология и педагогика					
ОК.8	Физическая культура	Физическая культура						
ОК.9			Безопасность жизнедеятельности					
ОПК.1	Введение в направление; Всемирная история; История литературы; Концепции современного естествознания	Введение в направление; Информатика; Новые медиа; Основы дизайна; Технология видеофильма	Основы научных исследований; Основы теории коммуникации	Компьютерная графика и дизайн; Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"; Основы журналистики; Основы научных исследований; Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	Имиджелогия; Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"; Основы брендинга; Теория массовой информации	Производственная практика: научно-исследовательская работа; Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; Технология рекламы	Коммуникационная стратегия региона; Организация кампаний в рекламе и PR; Основы проектной деятельности; Психология массовых коммуникаций; Современная пресс-служба; Технология рекламы	
ОПК.2	Введение в направление; Всемирная история; История литературы; Концепции современного естествознания	Введение в направление; Основы дизайна	Основы научных исследований	Мастер-класс "Современная реклама"; Основы научных исследований; Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	Имиджелогия; Мастер-класс "Современная реклама"	Маркетинг; Основы персонального стиля; Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; Технология рекламы	Коммуникационная стратегия региона; Основы проектной деятельности; Современная пресс-служба; Технология рекламы	Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
ОПК.3	Введение в направление	Введение в направление		Компьютерная графика и дизайн; Мастер-класс "Современная реклама"; Основы журналистики;	Мастер-класс "Современная реклама"	Копирайтинг; Производственная практика: практика по получению	Современная пресс-служба; Технология рекламы	

				Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков		профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; Технология рекламы		
ОПК.4	Введение в направление	Введение в направление; Технология видеофильма	Основы интегрированных коммуникаций				Коммуникационная стратегия региона; Организация кампаний в рекламе и PR	
ОПК.5	Введение в направление	Введение в направление	Основы интегрированных коммуникаций				Организация кампаний в рекламе и PR	
ОПК.6	Введение в направление	Введение в направление; Информатика; Новые медиа	Основы интегрированных коммуникаций; Основы научных исследований	Основы научных исследований	Компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью			
ПК.9		Новые медиа; Технология видеофильма	Основы научных исследований	Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"; Основы научных исследований; Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	Имиджелогия; Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"	Маркетинг; Основы персонального стиля; Производственная практика: научно-исследовательская работа; Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; Технология публичного выступления	Коммуникационная стратегия региона; Организационная культура; Организация кампаний в рекламе и PR; Основы проектной деятельности; Политическая и социальная реклама; Современная пресс-служба	Бухгалтерский учёт; Исследования в рекламе и связях с общественностью; Мерчендайзинг; Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
ПК.10			Основы научных исследований; Социология	Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"; Основы журналистики; Основы научных исследований; Социология коммуникации	Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"; Социология коммуникации	Производственная практика: научно-исследовательская работа; Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Организационная культура; Современная пресс-служба	Исследования в рекламе и связях с общественностью; Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
ПК.11	История искусства; История литературы	Новые медиа	Основы научных исследований	Мастер-класс "Современная реклама"; Основы научных исследований	Имиджелогия; Мастер-класс "Современная реклама"	Визуальные коммуникации; Деловой английский язык; Копирайтинг; Производственная практика: научно-исследовательская работа; Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Организационная культура; Современная пресс-служба	Мерчендайзинг; Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
ПК.16		Основы дизайна; Технология видеофильма		Компьютерная графика и дизайн; Основы журналистики				

3. Содержание образовательной программы

3.1 Структура образовательной программы

Структура образовательной программы приведена в таблице 3.1.1, включает обязательную часть (базовую) и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную).

Таблица 3.1.1

Структура образовательной программы		Объем программы, з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	192
	Базовая часть	147
	Вариативная часть	45
Блок 2	Практики	39
	Базовая часть	0
	Вариативная часть	39
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9
	Базовая часть	9
Объем образовательной программы		240

3.2 Характеристика содержания дисциплин

Содержание дисциплин (модулей), практик, предусмотренных учебным планом, определяется требованиями к результатам освоения образовательной программы (компетенциями). Соответствие между характеристиками этапов освоения компетенций (знаниями, умениями и опытом деятельности выпускника) и элементами образовательной программы (учебными дисциплинами (модулями) и практиками) приведено в Приложении.

3.3 Применяемые образовательные технологии

Для формирования предусмотренных основной образовательной программой компетенций, реализуются лекционные, практические занятия и лабораторные работы.

При организации образовательного процесса применяются активные, в том числе, интерактивные формы проведения занятий.

Учебным планом предусмотрена самостоятельная работа студентов, которая обеспечена необходимыми методическими материалами, размещенными в ЭБС и информационно-образовательной среде вуза.

3.4 Организация практик

Для достижения планируемых результатов освоения образовательной программы предусматриваются следующие практики:

- Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков,
- Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности,
- Производственная практика: научно-исследовательская работа,
- Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности,

3.5 Организация практик

Для достижения планируемых результатов освоения образовательной программы предусматриваются следующие практики:

- Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков,
- Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности,
- Производственная практика: научно-исследовательская работа,
- Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков проводится на базе учреждений и предприятий г. Новосибирска (ООО «Сакура», ООО «Джет 5», ООО «ВТ Солюшнс», ООО «А Студия», ООО «НЬЮПАК», ООО «Киан», ООО «МЕГАВАТТ», ООО «МиФ», ООО «Деловые линии» ОСП Новосибирск, ООО «АСТАР» и др.). Способ проведения практик – стационарная, распределенная (в календарном учебном графике на период практики предусмотрены учебные занятия по отдельным дисциплинам ООП).

Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности проводится в организациях г. Новосибирска (например, ООО «Футбольный клуб Сибирь», ООО «Лидер Шоу», ООО «Успех» (event агентство «AStudio»), ООО «Сибирь-Керама», ООО «Глянцевые люди», ООО «Ален Фитнес» спортивный клуб, Детский оздоровительный лагерь «Синяя птица» (ДОЛ «Синяя птица»), ООО «Иммер плюс», ОАО «Idefix», ООО «Алекри», Кинотеатр «Победа», ООО «ГПМ Развлекательное телевидение» («ГПМ РТВ»), ООО «Гриндер-Р» рекламное агентство, МКУ ЦГПВ «Пост № 1», ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия», ООО «ДСК КПД-Газстрой» и др.). Способ проведения практики – стационарная, сосредоточенная (в календарном учебном графике на период практики непрерывного периода учебного времени для её проведения).

Производственная практика: научно-исследовательская работа проводится в НГТУ, на базе кафедры социологии и массовых коммуникаций и в других подразделениях НГТУ (например, отдел по связям с общественностью, маркетингу и рекламе, Информационная служба). Способ проведения практики – стационарная, распределённая (в календарном учебном графике на период практики предусмотрены учебные занятия по отдельным дисциплинам ООП).

Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности проводится в учреждениях и предприятиях любых форм собственности и отраслевой направленности: Кинотеатр «Победа», ООО «ГПМ Развлекательное телевидение» («ГПМ РТВ»), ООО «Гриндер-Р» рекламное агентство, МКУ ЦГПВ «Пост № 1», ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия», Альянс-Франсез - Новосибирск, ООО «ДСК КПД-Газстрой», ООО «Шурагель.ру», ООО «Мозаика», НГОО «День аиста», Муниципальное казенное учреждение культуры «Искитимская централизованная библиотечная система» (МКУК «Искитимская ЦБС»), ООО «Газпром-Медиа Развлекательное Телевидение» («ГПМ РТВ»), ГПНТБ СО РАН. Способ проведения практики – стационарная, сосредоточенная (в календарном учебном графике на период практики непрерывного периода учебного времени для её проведения).

4. Условия реализации образовательной программы подготовки, обусловлены требованиями ФГОС ВО.

4.1. Общесистемные требования к реализации программы Реализация образовательной программы полностью обеспечена материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде НГТУ. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), как на территории организации, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда организации (<http://www.nstu.ru/sveden/eos>) обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах; фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата, проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий; формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса; взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

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.

Квалификация руководящих и научно-педагогических работников организации соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, разделе "Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования", утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011 г. № 1н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 23 марта 2011 г., регистрационный № 20237).

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

4.2. Кадровые условия реализации программы. Реализация программы бакалавриата обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы бакалавриата на условиях гражданско-правового договора. Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, составляет более 70 процентов. Доля научно-педагогических

работников (в приведенных целочисленных значениях ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признаваемое в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, составляет 53% процента. Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы бакалавриата (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих программу бакалавриата, составляет не менее 10 процентов.

4.3. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение программы бакалавриата. Образовательная программа реализуется в специальных помещениях, представляющих собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин (модулей)., Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации программы бакалавриата, включает в себя лаборатории, оснащенные необходимым лабораторным оборудованием. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

Образовательная программа полностью обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и ежегодно обновляется). Электронно-библиотечные системы (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся по программе бакалавриата. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и ежегодно обновляется. Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

6. Особенности реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Выбор мест прохождения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

5. Оценка качества подготовки студентов и выпускников

Оценка качества подготовки студентов и выпускников включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и государственную итоговую аттестацию выпускников. Конкретные формы промежуточной и итоговой аттестации обучающихся по каждой дисциплине определяются учебным планом. Текущая аттестация по дисциплинам проводится на основе балльно-рейтинговой системы. Правила аттестации по дисциплинам определяются в рабочих программах и доводятся до сведения обучающихся в течение первого месяца изучения дисциплины. Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений требованиям образовательной программы (текущая и промежуточная аттестация) создаются фонды оценочных средств, которые включают типовые задания, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций. Фонды оценочных средств разрабатываются и утверждаются кафедрой Социально-массовых коммуникаций, и др. кафедрами НГТУ, которые обеспечивают учебный процесс по дисциплинам образовательной программы. При разработке оценочных средств для контроля качества изучения дисциплин (модулей), практик учитываются связи между включенными в них знаниями, умениями, навыками, что позволяет установить уровень сформированности компетенций у обучающихся. В Блок 3 "Государственная итоговая аттестация", входит подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, а также защита выпускной квалификационной работы бакалавра, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты. Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы и государственному экзамену определяются программой ГИА.

6. Особенности реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. При наличии в контингенте обучающихся по образовательной программе инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ЛОВЗ) образовательная программа адаптируется с учетом особых образовательных потребностей таких обучающихся. При обучении по индивидуальному учебному плану лиц с ограниченными возможностями здоровья срок освоения образовательной программы может быть увеличен по их желанию не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования для соответствующей формы обучения. Объем программы бакалавриата за один учебный год при обучении по индивидуальному плану вне зависимости от формы обучения не может составлять более 75 з.е., При использовании формы инклюзивного обучения составляется индивидуальная программа сопровождения образовательной деятельности студента.

Индивидуальная программа сопровождения образовательной деятельности студента может включать, сопровождение лекционных и практических занятий прямым и обратным переводом на русский жестовый язык (для студентов с нарушениями слуха);, посещение групповых и индивидуальных занятий с психологом; организационно-педагогическое, психолого-педагогическое, профилактически-оздоровительное, социальное сопровождения учебного процесса.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Соответствие между характеристиками этапов освоения компетенций (знаниями, умениями и опытом деятельности выпускника) и элементами образовательной программы (учебными дисциплинами (модулями) и практиками)

Код компетенции	Код знания/умения	Наименование дисциплин, знания и умения
<i>Дисциплины (модули), базовые</i>		
Философия		
ОК.1	з1	Знать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
ОК.1	у1	Уметь использовать основы философских знаний для формирования собственной мировоззренческой позиции и мировоззренческой позиции коллектива организации
История		
ОК.2	з1	Знать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
ОК.2	з5	Знать общие закономерности и национальные особенности развития Российского государства и общества
ОК.2	у1	Уметь анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
Иностранный язык		
ОК.5	з2	Знать правила коммуникации в устной и письменной формах иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК.5	у2	Уметь применять правила коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
Экономика		
ОК.3	з1	Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК.3	у1	Уметь использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
Социология		
ПК.10	з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.10	у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
Культурология		
ОК.2	з4	Знать характерные особенности и основные этапы развития культурно-исторических эпох, направлений мировой культуры
Русский язык и культура речи		
ОК.5	з1	Знать правила коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК.5	у3	Уметь применять правила коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
Психология и педагогика		
ОК.6	з2	Знать особенности работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК.7	з1	Знать способы самоорганизации и самообразования

Правоведение		
ОК.4	з1	Знать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК.4	у1	Уметь использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
Безопасность жизнедеятельности		
ОК.9	з1	Знать основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
ОК.9	у1	Уметь пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
Информатика		
ОПК.1	у1	Уметь под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
ОПК.6	з2	Знать основы информационно-коммуникационных технологий
Математика		
ОК.3	з1	Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
Компьютерная графика и дизайн		
ОПК.1	з1	Знать основы компьютерной графики
ОПК.3	у3	Уметь готовить текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК.16	з1	Знать основы компьютерной графики
Основы журналистики		
ОПК.1	у2	Уметь создавать основные журналистские произведения
ОПК.1	у4	Уметь эффективно реализовывать деятельность журналиста в практике СМИ
ОПК.3	у7	Уметь использовать интернет-ресурсы для журналистской, рекламной деятельности и PR-деятельности
ПК.10	з2	Знать основные особенности журналистики как социального института
ПК.16	у2	Уметь создавать основные журналистские произведения
ПК.16	у4	Уметь эффективно реализовывать деятельность журналиста в практике СМИ
Межрегиональные конфликты		
ОК.2	з1	Знать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
ОК.2	з5	Знать общие закономерности и национальные особенности развития Российского государства и общества
Психология массовых коммуникаций		
ОПК.1	у4	Уметь анализировать психологические аспекты массовой коммуникации
Социология коммуникации		
ПК.10	з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.10	у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
Основы менеджмента		
ОК.6	з1	Знать организационно-управленческой работы с коллективами
Политические коммуникации		
ОК.2	з2	Знать историю общественно-политической мысли, взаимоотношений власти и общества
ОК.2	у2	Уметь применять основные политологические понятия и концепции при анализе современных социально-политических явлений
ОК.2	у3	Уметь формулировать собственную позицию по современным проблемам

		общественно- политического развития
Основы брендинга		
ОПК.1	з3	Знать технологию брендинга
Исследования в рекламе и связях с общественностью		
ПК.9	з2	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
ПК.9	у2	Уметь проводить маркетинговые исследования
ПК.10	з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.10	у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
Основы интегрированных коммуникаций		
ОК.1	з2	Знать основные теории, формирующие мировоззренческие позиции в условиях современного общества
ОПК.4	з1	Знать инструменты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий
ОПК.5	з1	Знать технологию проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
ОПК.6	з1	Знать способы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
Введение в направление		
ОПК.1	з1	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
ОПК.2	з1	Знать основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК.2	у1	Уметь работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК.3	з1	Знать базовые инструменты создания текстов рекламы и связей с общественностью
ОПК.3	з3	Знать технологии литературного редактирования, копирайтинга
ОПК.3	у1	Уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью
ОПК.3	у2	Уметь использовать технологии литературного редактирования, копирайтинга
ОПК.4	з1	Знать инструменты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий
ОПК.4	у1	Уметь планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ОПК.5	з1	Знать технологию проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
ОПК.5	у1	Уметь проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ОПК.6	з1	Знать способы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК.6	у1	Уметь решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
Визуальные коммуникации		
ПК.11	у2	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
Технология рекламы		

ОПК.1	з1	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
ОПК.2	з1	Знать основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК.2	у1	Уметь работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК.3	з2	Знать способы подготовки к выпуску, производство и методы распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
Нормативные основы рекламы и связей с общественностью		
ОК.4	з2	Знать отраслевую направленность правовых норм, в том числе с учетом особенностей профессиональной деятельности
ОК.4	у2	Осуществлять реализацию нормативно-правовых актов в сфере профессиональной деятельности
Основы дизайна		
ОПК.1	у1	Уметь применять методы дизайна в профессиональной деятельности
ОПК.2	з2	Знать основы дизайна
ПК.16	у1	Уметь применять методы дизайна в профессиональной деятельности
Конфликтология		
ОК.6	з1	Знать организационно-управленческой работы с коллективами
Теория массовой информации		
ОПК.1	з2	Знать базовые научные теории в сфере рекламы и связей с общественностью
ОПК.1	у2	Уметь реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
Основы теории коммуникации		
ОК.1	з2	Знать основные теории, формирующие мировоззренческие позиции в условиях современного общества
ОПК.1	з2	Знать базовые научные теории в сфере рекламы и связей с общественностью
Межкультурная коммуникация		
ОК.5	у1	Уметь осуществлять личные контакты с представителями различных культур
ОК.6	у1	Уметь выстраивать межкультурную, деловую, профессиональную коммуникацию с учетом психологических, поведенческих, социальных характеристик партнеров
Компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью		
ОПК.6	з2	Знать основы информационно-коммуникационных технологий
Организация кампаний в рекламе и PR		
ОПК.1	з1	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий
ОПК.1	у1	Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
ОПК.4	з1	Знать инструменты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий
ОПК.4	у1	Уметь планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ОПК.5	з1	Знать технологию проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
ОПК.5	у1	Уметь проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ПК.9	з1	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий

ПК.9	y1	Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
Основы проектной деятельности		
ОПК.1	z1	Знать правила и способы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ОПК.1	y1	Уметь подготавливать проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ОПК.2	z1	Знать правила и способы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ОПК.2	y1	Уметь подготавливать проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ПК.9	z1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	y1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
Маркетинг		
ОПК.2	z4	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ОПК.2	y2	Уметь применять навыки работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ПК.9	z2	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
ПК.9	y2	Уметь проводить маркетинговые исследования
<i>Дисциплины (модули), вариативные</i>		
История искусства		
ОК.6	z3	Знать различия и общность отечественной и мировой культуры
История литературы		
ОК.6	z3	Знать различия и общность отечественной и мировой культуры
Всемирная история		
ОК.2	z1	Знать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
ОК.2	z3	Знать историю рекламы и связей с общественностью
ОК.2	y1	Уметь анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
Концепции современного естествознания		
ОПК.1	y3	Уметь использовать методы научных исследований
Новые медиа		
ОПК.1	z8	Знать современное веб-пространство
ОПК.6	y2	Уметь использовать социальные сети для целей рекламы и связей с общественностью
ОПК.6	y3	Уметь анализировать коммуникации в веб-пространстве, оценивать качество электронных ресурсов
Основы научных исследований		
ОПК.1	z4	Знать методы и методологию научных исследований
ОПК.1	z5	Знать особенности научных исследований в социально-гуманитарных науках
ОПК.1	y3	Уметь использовать методы научных исследований
ОПК.6	z1	Знать способы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

ОПК.6	y1	Уметь решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
Имиджелогия		
ОПК.1	y7	Уметь анализировать имидж территории
ОПК.2	z3	Знать специфику персонального имиджа
<i>Дисциплины (модули), вариативные, по выбору студента</i>		
Мерчендайзинг		
ОК.3	z1	Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК.3	y1	Уметь использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
Бухгалтерский учёт		
ОК.3	z2	Знать основы бухгалтерского учета
ОК.3	y2	Уметь осуществлять бухгалтерский учет
Политическая и социальная реклама		
ОК.2	z2	Знать историю общественно-политической мысли, взаимоотношений власти и общества
ОК.2	y2	Уметь применять основные политологические понятия и концепции при анализе современных социально-политических явлений
ОК.2	y3	Уметь формулировать собственную позицию по современным проблемам общественно-политического развития
Коммуникационная стратегия региона		
ОПК.1	y7	Уметь анализировать имидж территории
ОПК.4	z2	Знать основные схемы анализа коммуникационной среды территории
Мастер-класс "Современный PR"		
ОПК.1	z1	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
Мастер-класс "Современная реклама"		
ОПК.1	z1	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
ОПК.1	z7	Знать виды, формы и содержание рекламного продукта
ОПК.1	y2	Уметь реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
ОПК.3	y5	Уметь под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
Организационная культура		
ОК.6	z1	Знать организационно-управленческой работы с коллективами
ПК.10	z1	Знать инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы
Современная пресс-служба		
ОПК.1	z6	Знать структуру пресс-службы организации
ОПК.2	z5	Знать структуру рекламного агентства, пресс-центра, пресс-службы, отделов печати, СМИ, отделов по связям с общественностью, центров общественных связей и коммуникационных агентств
ОПК.3	y6	Уметь писать пресс-релизы
Технология публичного выступления		
ОК.5	z1	Знать правила коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного

		взаимодействия
ОК.5	у3	Уметь применять правила коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
Копирайтинг		
ОПК.3	з4	Знать особенности текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламе
ОПК.3	у4	Уметь работать с рекламными и PR-текстами на родном языке
<i>Дисциплины (модули), базовые</i>		
Физическая культура и спорт (модуль): Физическая культура		
ОК.8	з1	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК.8	у1	Уметь использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
<i>Дисциплины (модули), вариативные</i>		
Физическая культура и спорт (модуль): Прикладная физическая культура (атлетизм)		
ОК.8	з1	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК.8	у1	Уметь использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Физическая культура и спорт (модуль): Прикладная физическая культура (гимнастика)		
ОК.8	з1	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК.8	у1	Уметь использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Физическая культура и спорт (модуль): Прикладная физическая культура (единоборства)		
ОК.8	з1	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК.8	у1	Уметь использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Физическая культура и спорт (модуль): Прикладная физическая культура (легкая атлетика)		
ОК.8	з1	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК.8	у1	Уметь использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Физическая культура и спорт (модуль): Прикладная физическая культура (плавание)		
ОК.8	з1	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК.8	у1	Уметь использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Физическая культура и спорт (модуль): Прикладная физическая культура (спортивные игры)		
ОК.8	з1	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК.8	у1	Уметь использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
<i>Практики</i>		
Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков		
ОПК.1	з1	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и

		мероприятий
ОПК.2	з4	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ОПК.3	з2	Знать способы подготовки к выпуску, производство и методы распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
ПК.9	з1	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий
Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности		
ОПК.1	у1	Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
ОПК.1	у1	Уметь подготавливать проектную документацию (технико- экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ОПК.1	у1	Уметь под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
ОПК.1	у2	Уметь реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
ОПК.2	з1	Знать основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК.2	з5	Знать структуру рекламного агентства, пресс-центра, пресс-службы, отделов печати, СМИ, отделов по связям с общественностью, центров общественных связей и коммуникационных агентств
ОПК.2	у1	Владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ОПК.2	у1	Уметь работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК.2	у1	Уметь подготавливать проектную документацию (технико- экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ОПК.2	у2	Уметь применять навыки работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ОПК.3	у5	Уметь под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
ПК.9	у1	Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.9	у2	Уметь проводить маркетинговые исследования
ПК.10	у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
ПК.11	у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы
Производственная практика: научно-исследовательская работа		
ОПК.1	у2	Уметь реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности		
ОПК.2	з1	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ОПК.2	у1	Владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
<i>Государственная итоговая аттестация</i>		
Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена		

ОК.1	з1	Знать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
ОК.2	з1	Знать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
ОК.3	з1	Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК.4	з1	Знать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК.5	з1	Знать правила коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК.6	з1	Знать организационно-управленческой работы с коллективами
ОК.6	з2	Знать особенности работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК.7	з1	Знать способы самоорганизации и самообразования
ОК.7	з2	Уметь использовать различные способы самоорганизации и самообразования
ОК.8	з1	Знать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК.9	з1	Знать основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
ОПК.1	з1	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий
ОПК.1	з1	Знать правила и способы подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ОПК.1	з1	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
ОПК.2	з1	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ОПК.2	з1	Знать основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК.2	з1	Знать правила и способы подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ОПК.2	з2	Знать основы дизайна
ОПК.2	з3	Знать специфику персонального имиджа
ОПК.2	з4	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ОПК.2	з5	Знать структуру рекламного агентства, пресс-центра, пресс-службы, отделов печати, СМИ, отделов по связям с общественностью, центров общественных связей и коммуникационных агентств
ОПК.2	у1	Владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ОПК.2	у1	Уметь работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК.2	у2	Уметь применять навыки работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ОПК.3	з1	Знать базовые инструменты создания текстов рекламы и связей с общественностью
ОПК.3	з2	Знать способы подготовки к выпуску, производство и методы распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

ОПК.3	з3	Знать технологии литературного редактирования, копирайтинга
ОПК.4	з1	Знать инструменты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий
ОПК.5	з1	Знать технологию проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
ОПК.6	з1	Знать способы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ПК.9	з1	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	з2	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
ПК.10	з1	Знать инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы
ПК.10	з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.11	з1	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты		
ОК.4	у2	Осуществлять реализацию нормативно-правовых актов в сфере профессиональной деятельности
ОПК.1	у1	Уметь применять методы дизайна в профессиональной деятельности
ОПК.1	у5	Уметь планировать и применять инструменты антикризисного PR
ОПК.1	у5	Уметь разрабатывать рекламные продукты различного вида, формы и содержания
ОПК.1	у6	Уметь осуществлять консалтинговую деятельность в профессиональной сфере
ОПК.1	у7	Уметь анализировать имидж территории
ОПК.2	з1	Знать основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК.2	з4	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ОПК.2	з5	Знать структуру рекламного агентства, пресс-центра, пресс-службы, отделов печати, СМИ, отделов по связям с общественностью, центров общественных связей и коммуникационных агентств
ОПК.3	у4	Уметь работать с рекламными и PR-текстами на родном языке
ОПК.3	у6	Уметь писать пресс-релизы
ОПК.6	у2	Уметь использовать социальные сети для целей рекламы и связей с общественностью
ОПК.6	у3	Уметь анализировать коммуникации в веб-пространстве, оценивать качество электронных ресурсов
ОПК.6	у4	Уметь проектировать фирменный стиль
ПК.16	у1	Уметь применять методы дизайна в профессиональной деятельности
ПК.16	у5	Уметь разрабатывать рекламные продукты различного вида, формы и содержания
<i>Факультативные дисциплины</i>		
Деловой английский язык		
ОК.5	з2	Знать правила коммуникации в устной и письменной формах иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ОК.5	у2	Уметь применять правила коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
Технология видеофильма		
ОПК.1	у3	Уметь создать сценарий видеофильма
ОПК.4	у2	Уметь снять и смонтировать видеофильм
ПК.16	у3	Уметь создать сценарий видеофильма
Основы персонального стиля		
ОПК.2	з3	Знать специфику персонального имиджа

Отличие структуры адаптированной образовательной программы АОП ВО «Реклама и связи с общественностью, профиль: Социальные коммуникации» от ОП ВО «Реклама и связи с общественностью, профиль: Социальные коммуникации»

Сравнение адаптированной образовательной программы АОП ВО «Реклама и связи с общественностью, профиль: Социальные коммуникации» с ОП ВО «Реклама и связи с общественностью, профиль: Социальные коммуникации» по составляющим структуры приведено в таблице.

Позиция сравнения структуры АОП ВО с ОП ВО	Структура программ «Реклама и связи с общественностью, профиль: Социальные коммуникации»	
	АОП ВО	ОП ВО
Блок 1 Дисциплины (модули)	в вариативную часть введены адаптационные дисциплины	адаптационные дисциплины отсутствуют
Блок 2 Практики	Совпадает	
Блок 3 Государственная итоговая аттестация	Совпадает	
<i>Общая трудоемкость</i>	240 ЗЕ	240 ЗЕ
Факультативы: Общие для АОП ВО и ОП ВО «Реклама и связи с общественностью, профиль: Социальные коммуникации»	Совпадают в профессиональной части	
Адаптационные дисциплины вариативной части	введены	отсутствуют
Календарный учебный график	Совпадает	

Особенности структуры и состава АОП ВО «Реклама и связи с общественностью, профиль: Социальные коммуникации» представлены специфическими дисциплинами, описанными ниже.

Введение адаптационных дисциплин. Введение адаптационных дисциплин («Основы психологического здоровья», «Адаптивные информационные и коммуникационные технологии», «Коммуникативный практикум») в вариативную часть образовательной программы решает адаптационную задачу для обучающихся-лиц с ОВЗ.

Содержание адаптационных дисциплин и технологии их реализации определяется с учетом нозологической группы, к которой относится обучающийся (незрячие и слабовидящие обучающиеся; глухие, слабослышащие обучающиеся; обучающиеся с нарушениями опорно-двигательного аппарата).

Адаптационные дисциплины направлены на обеспечение вопросов практической работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ по освоению АОП ВО. Структура адаптационных дисциплин представлена ниже.

Индекс	Наименование	Форма контроля, семестр	Общая трудоемкость		Контактная работа	Самостоятельная работа
			ЗЕ	Часов		
Б1.В1.А 1	Основы психологического здоровья»	Зачет, 1 семестр	1	36	20	16

Б1.В1.А 2	Адаптивные информационные коммуникационные технологии	Зачет, 2 семестр	1	36	20	16
Б1.В1.А 3	Коммуникативный практикум	Зачет, 1 семестр	1	36	20	16

Особый порядок реализации дисциплин по физической культуре и спорту.

Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ университет устанавливает особый порядок освоения дисциплин по физической культуре и спорту в соответствии с локальными нормативными актами НГТУ, определяющими порядок освоения образовательной программы инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.

Рабочие программы и фонд оценочных средств учебных дисциплин (модулей) АОП ВО «Реклама и связи с общественностью, профиль: Социальные коммуникации», за исключением дисциплин, относящихся к адаптационному модулю, идентичны рабочим программам и фондам оценочных средств дисциплин (модулей) ОП ВО «Реклама и связи с общественностью, профиль: Социальные коммуникации», реализуемой в обычном режиме.

Исключение составляют: адаптационный модуль и методические указания преподавателям и обучающимся-лицам с ОВЗ по реализации или по изучению модуля (дисциплин) – они выполняются с учетом специфики нозологической группы.

Организация практик по АОП ВО «Реклама и связи с общественностью, профиль: Социальные коммуникации» проводится в особом порядке: индивидуальные задания обучающемуся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ на производственную практику учитывают специфику нозологии, состояние здоровья, требования по доступности. Выбор мест прохождения практик осуществляется с учетом их индивидуальных возможностей и состояния здоровья

Государственная итоговая аттестация по АОП ВО «Реклама и связи с общественностью, профиль: Социальные коммуникации» для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ проводится университетом с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В зависимости от индивидуальных особенностей, обучающихся с ограниченными возможностями здоровья университет обеспечивает выполнение следующих требований при проведении государственного аттестационного испытания:

а) для слепых:

задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

письменные задания выполняются обучающимися на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются увеличенным шрифтом;

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в устной форме.

Специализированное программное обеспечение

1. Jaws for Windows 14.0 Pro - Программное обеспечение экранного доступа
2. Easy Reader - Программное обеспечение для чтения книг в формате DAISY
3. MAGic 11.0 Pro - Программа экранного увеличения для универсального электронного видео увеличителя
4. Dolphin Daisy Software(дистрибутив) для Брайлевского принтера Everest –DV4) - Программное обеспечение для принтера системы Брайля
5. По DBT 11.0 Duxbur Braille Translation Software (для Брайлевского принтера Everest –DV4) - Программное обеспечение для принтера системы Брайля.

Специальное ассистивное оборудование для обеспечения образовательного процесса для студентов с нарушением зрения

1. Универсальный электронный видео-увеличитель ONYX Swingarm PC Edition (2 шт)
2. Портативный ручной видео-увеличитель (ЭРВУ) «RUBY XLHD» (4 шт)
3. Сканирующая и читающая машина для незрячих и слабовидящих пользователей Sara CE (2 шт)
4. Универсальный электронный видео-увеличитель ONYX Swingarm PC Edition (1 шт)
5. Стационарный видео –увеличитель TOPAZ XL HD 22(1 шт)
6. Тактильный дисплей Брайля Focus – 80 Blue (1 шт)
7. Устройство тактильной графики PIAF (1 шт)
8. Брайлевский принтер Everest –DV4 (1 шт)
9. Портативный ручной видео-увеличитель (1 шт)

Обучающиеся из числа лиц с инвалидностью и ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Обучение лиц с нарушениями слуха осуществляется с использованием информационных систем (интерактивные системы, бегущая строка, тематические порталы, электронные библиотеки и т.д.). В учебных помещениях присутствуют информирующие знаки и таблички, свето- звуковые оповещатели.

Для слабовидящих обучающихся в лекционных и учебных аудиториях предусмотрена возможность просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для удаленного просмотра.