

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»



«**ПРИНЯТО И УТВЕРЖДАЮ**»
Первый проректор

Г.И. Расторгуев

_____ 2018 г.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

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: 2017

Ориентированность: программа академического бакалавриата

Новосибирск 2018

Образовательная программа 42.03.01 Реклама и связи с общественностью обсуждена на заседании кафедры Социологии и массовых коммуникаций, протокол заседания кафедры №7/1 от 20.09.2018 г.

Заведующий кафедрой:

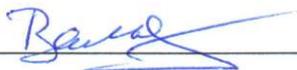
к.ф.н, доцент И.А. Вальдман



Образовательная программа утверждена на ученом совете факультета гуманитарного образования, протокол №7 от 21.09.2018 г.

Ответственный за образовательную программу

к.ф.н, доцент И.А. Вальдман



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	17
5. Оценка качества подготовки студентов и выпускников	19
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 академического бакалавриата (далее бакалавриат), 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, социально-коммуникационную, аналитическую профессиональную деятельность в области рекламы и связей с общественностью.

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 в очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет 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 (в том числе, региональные особенности профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей), состояние и перспективы развития отрасли.

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

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», агентство коммуникаций «Банзай», ООО «Крестив Про», крупных сетевых торговых компаниях - М.Видео, Эльдorado, Икея), аналитических и PR-отделах местных органов власти (отдел анализа социальных проблем Мэрии г. Новосибирска, департамент информации Правительства Новосибирской области, информационная служба представителя Президента РФ в Сибирском Федеральном Округе), в

финансовых учреждениях (например, Сбербанк, ВТБ-24 по Новосибирской области), региональных отделениях политических партий и движений; в рекламных и аналитических отделах региональных средств массовой информации (ГТРК-Новосибирск, НСК-49) и центрах переподготовки кадров и Городском центре занятости г. Новосибирска, в отделах маркетинга и рекламы крупных промышленных предприятий города («Кудряшовский мясокомбинат»)

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 академического бакалавриата, является: **рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая.**

2.4 Обучающийся готовится к решению следующих **профессиональных задач** в соответствии с направленностью (профилем) образовательной программы и основным видом профессиональной деятельности.

- участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- информационно-технологическая деятельность:
- участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
- участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

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
31	Знать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
32	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	Уметь применять нормативно-правовые акты 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 на 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 особенности социально-коммуникативного взаимодействия в различных социальных общностях
з2	Знать основы организационно-управленческой работы с коллективами
з3	Знать особенности работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
з4	Знать различия и общность отечественной и мировой культуры
у1	Уметь анализировать особенности социально-коммуникативного взаимодействия в различных социальных общностях
у2	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	Знать основы социологии коммуникации и социального конструирования реальности
з2	Знать основы менеджмента и социального управления
з3	Знать основы дизайна и компьютерной графики, необходимые для осуществления профессиональной деятельности
з4	Знать основы математики, необходимые для осуществления профессиональной деятельности
з5	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах, в том числе с учетом регионального развития
з6	Знать базовые научные теории в сфере рекламы и связей с общественностью
з7	Знать технологию брендинга
з8	Знать методы и методологию научных исследований
з9	Знать особенности научных исследований в социально-гуманитарных науках
з10	Знать структуру пресс-службы организации
з11	Знать виды, формы и содержание рекламного продукта
з12	Знать современное веб-пространство
у1	Уметь разрабатывать дизайнерские решения для осуществления профессиональной деятельности
у2	Уметь под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в том числе с учетом региональных особенностей
у3	Уметь реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
у4	Уметь использовать методы научных исследований
у5	Уметь анализировать психологические аспекты массовой коммуникации
у6	Уметь планировать и применять инструменты антикризисного PR
у7	Уметь осуществлять консалтинговую деятельность в профессиональной сфере
у8	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
з2	Знать специфику персонального имиджа
з3	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве с учетом особенностей региона

з4	Знать структуру рекламного агентства, пресс-центра, пресс-службы, отделов печати, СМИ, отделов по связям с общественностью, центров общественных связей и коммуникационных агентств
у1	Уметь работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью, учитывая особенности регионального развития
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
у7	Уметь использовать интернет-ресурсы для журналистской, рекламной деятельности и PR-деятельности
ОПК.4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
з1	Знать инструменты планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий
з2	Знать основные схемы анализа коммуникационной среды территории
у1	Уметь планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
у2	Уметь снимать и монтировать видеофильм
ОПК.5	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
з1	Знать технологию проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
у1	Уметь проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ОПК.6	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
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
з2	Знать основы информационно-коммуникационных технологий
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
у2	Уметь использовать социальные сети для целей рекламы и связей с общественностью
у3	Уметь анализировать коммуникации в веб-пространстве, оценивать качество электронных ресурсов

у4	Уметь проектировать фирменный стиль
<i>Профессиональные компетенции (ПК) ФГОС, относящиеся к основному виду деятельности</i>	
ПК.9	способность проводить маркетинговые исследования
з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
з2	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий, учитывая региональные особенности
з3	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
у2	Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия, учитывая региональные особенности
у3	Уметь проводить маркетинговые исследования
ПК.10	способность организовывать и проводить социологические исследования
з1	Знать инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы, в том числе с учетом региональных особенностей
з2	Знать основные особенности журналистики как социального института
з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
у2	Уметь применять инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы в том числе учетом региональных особенностей
ПК.11	способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
з1	Знать основные результаты современных исторических исследований, необходимых в профессиональной деятельности
з2	Знать основы бухгалтерского учета, необходимые в профессиональной деятельности
з3	Знать основные результаты современных исследований в области литературы и искусства, необходимые в профессиональной деятельности
з4	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов с учетом региональных особенностей
з5	Знать основные результаты современных научных исследований природы, необходимые в профессиональной деятельности
у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы, учитывая региональные особенности
у2	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы

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; История искусства; История литературы	Культурология	Политические коммуникации		Межрегиональные конфликты		Политическая и социальная реклама	
ОК.3		Экономика					Основы проектной деятельности	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; Основы теории коммуникации; Психология и педагогика	Конфликтология	Межкультурная коммуникация		Организационная культура	
ОК.7			Психология и педагогика					
ОК.8	Физическая культура и спорт (модуль)	Физическая культура и спорт (модуль)	Физическая культура и спорт (модуль)	Физическая культура и спорт (модуль)	Физическая культура и спорт (модуль)	Физическая культура и спорт (модуль)	Физическая культура и спорт (модуль)	
ОК.9			Безопасность жизнедеятельности					
ОПК.1	Введение в направление; Концепции современного естествознания; Математика	Введение в направление; Информатика; Новые медиа; Основы дизайна	Основы менеджмента; Основы научных исследований; Основы теории коммуникации; Социология	Компьютерная графика и дизайн; Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"; Основы научных исследований; Социология коммуникации; Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	Имиджелогия; Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"; Основы брендинга; Социология коммуникации; Теория массовой информации	Визуальные коммуникации; Производственная практика: научно-исследовательская работа; Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; Технология рекламы	Коммуникационная стратегия региона; Основы проектной деятельности; Психология массовых коммуникаций; Современная пресс-служба; Технология рекламы	Исследования в рекламе и связях с общественностью; Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
ОПК.2	Введение в направление	Введение в направление		Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений	Имиджелогия	Маркетинг; Основы персонального стиля; Производственная практика: практика по	Современная пресс-служба	Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений

				и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности		получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности		и опыта профессиональной деятельности
ОПК.3	Введение в направление	Введение в направление		Компьютерная графика и дизайн; Мастер-класс "Современная реклама"; Основы журналистики; Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	Мастер-класс "Современная реклама"	Копирайтинг; Производственная практика: научно-исследовательская работа; Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; Технология рекламы	Современная пресс-служба; Технология рекламы	Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
ОПК.4	Введение в направление	Введение в направление; Технология видеофильма	Основы интегрированных коммуникаций				Коммуникационная стратегия региона; Организация кампаний в рекламе и PR	Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
ОПК.5	Введение в направление	Введение в направление	Основы интегрированных коммуникаций			Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Организация кампаний в рекламе и PR	Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
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	Визуальные коммуникации; Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности		Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
ПК.9		Новые медиа; Технология видеофильма	Основы менеджмента	Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"; Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	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; Технология рекламы	Коммуникационная стратегия региона; Организационная культура; Организация кампаний в рекламе и PR; Основы проектной деятельности; Политическая и социальная реклама; Современная пресс-служба; Технология рекламы	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 интегрированных коммуникаций; Основы научных исследований; Социология	Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"; Основы журналистики; Основы научных исследований; Социология	Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"; Социология коммуникации	Производственная практика: научно-исследовательская работа; Производственная практика: практика по получению профессиональных умений	Организационная культура; Основы проектной деятельности; Современная пресс-служба	Исследования в рекламе и связях с общественностью; Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

				коммуникации; Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности		и опыта профессиональной деятельности		деятельности
ПК.11	Всемирная история; История искусства; История литературы; Концепции современного естествознания	Новые медиа	Основы менеджмента; Основы научных исследований	Мастер-класс "Современная реклама"; Основы научных исследований; Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	Имиджелогия; Мастер-класс "Современная реклама"; Основы брендинга	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	Бухгалтерский учёт; Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

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, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности,
- 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, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности проводится в лабораториях, центрах, на кафедрах НГТУ и иных образовательных организаций.

Способ проведения практики – стационарная; выездная.

Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности проводится на предприятиях и в организациях, осуществляющих рыночно-исследовательскую, прогнозно-аналитическую, рекламную и PR деятельности.

Способ проведения практики – стационарная; выездная.

Производственная практика: научно-исследовательская работа проводится в лабораториях, центрах, на кафедрах НГТУ и иных образовательных организаций, на предприятиях и в организациях, осуществляющих рыночно-исследовательскую, прогнозно-аналитическую, рекламную и PR деятельности.

Способ проведения практик – стационарная; выездная.

Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности осуществляется на предприятиях и в организациях, осуществляющих рыночно-исследовательскую, прогнозно-аналитическую, рекламную и PR деятельности.

Способ проведения практики – стационарная; выездная.

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

4. Условия реализации образовательной программы подготовки

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 не менее 70 процентов.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям 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, составляет не менее 50 процентов.

Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы бакалавриата (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих программу бакалавриата, составляет не менее 10 процентов.

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).

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.

5. Оценка качества подготовки студентов и выпускников

Оценка качества освоения образовательной программы 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 могут включать типовые задания, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций. Фонды оценочных средств разрабатываются и утверждаются кафедрами, обеспечивающими 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 защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты, а также подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена. 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	з2	Знать основные теории, формирующие мировоззренческие позиции в условиях современного общества
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		
ОПК.1	з8	Знать методы и методологию научных исследований
ОПК.1	з9	Знать особенности научных исследований в социально-гуманитарных науках
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	з3	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
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	у2	Уметь под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в том числе с учетом региональных особенностей
ОПК.6	з2	Знать основы информационно-коммуникационных технологий
Математика		
ОПК.1	з4	Знать основы математики, необходимые для осуществления профессиональной деятельности
Компьютерная графика и дизайн		
ОПК.1	з3	Знать основы дизайна и компьютерной графики, необходимые для осуществления профессиональной деятельности
ОПК.3	у3	Уметь готовить текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
Основы журналистики		
ОПК.3	у7	Уметь использовать интернет-ресурсы для журналистской, рекламной деятельности и PR-деятельности
ПК.10	з2	Знать основные особенности журналистики как социального института
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	у5	Уметь анализировать психологические аспекты массовой коммуникации
Социология коммуникации		
ОПК.1	з1	Знать основы социологии коммуникации и социального

		конструирования реальности
ПК.10	з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.10	у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
Основы менеджмента		
ОК.6	з2	Знать основы организационно-управленческой работы с коллективами
ОПК.1	з2	Знать основы менеджмента и социального управления
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.11	з4	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов с учетом региональных особенностей
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	з7	Знать технологию брендинга
ПК.11	у2	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
Исследования в рекламе и связях с общественностью		
ОПК.1	з5	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах, в том числе с учетом регионального развития
ОПК.1	з9	Знать особенности научных исследований в социально-гуманитарных науках
ОПК.1	у4	Уметь использовать методы научных исследований
ПК.9	з3	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
ПК.9	у3	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
ПК.10	з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
Введение в направление		
ОПК.1	з5	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах, в том числе с учетом

		регионального развития
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, учитывая особенности регионального развития
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	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		
ОПК.1	з1	Знать основы социологии коммуникации и социального конструирования реальности
ОПК.6	у3	Уметь анализировать коммуникации в веб-пространстве, оценивать качество электронных ресурсов
ПК.11	у2	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
Технология рекламы		
ОПК.1	з5	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах, в том числе с учетом регионального развития
ОПК.1	з11	Знать виды, формы и содержание рекламного продукта
ОПК.3	з2	Знать способы подготовки к выпуску, производство и методы распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
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	з2	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий, учитывая региональные особенности
ПК.9	у2	Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия, учитывая региональные особенности
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	Уметь применять нормативно-правовые акты в сфере профессиональной деятельности
Основы дизайна		
ОПК.1	з3	Знать основы дизайна и компьютерной графики, необходимые для осуществления профессиональной деятельности

ОПК.1	у1	Уметь разрабатывать дизайнерские решения для осуществления профессиональной деятельности
Конфликтология		
ОК.6	з2	Знать основы организационно-управленческой работы с коллективами
ОК.6	у2	Уметь выстраивать межкультурную, деловую, профессиональную коммуникацию с учетом психологических, поведенческих, социальных характеристик партнеров
Теория массовой информации		
ОПК.1	з6	Знать базовые научные теории в сфере рекламы и связей с общественностью
ОПК.1	у3	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
ОК.6	з1	Знать особенности социально-коммуникативного взаимодействия в различных социальных общностях
ОК.6	у1	Уметь анализировать особенности социально-коммуникативного взаимодействия в различных социальных общностях
ОПК.1	з6	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	з1	Знать особенности социально-коммуникативного взаимодействия в различных социальных общностях
ОК.6	у1	Уметь анализировать особенности социально-коммуникативного взаимодействия в различных социальных общностях
ОК.6	у2	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
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
ОПК.6	у3	Уметь анализировать коммуникации в веб-пространстве, оценивать качество электронных ресурсов
Организация кампаний в рекламе и PR		
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	з2	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий, учитывая региональные особенности

ПК.9	у2	Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия, учитывая региональные особенности
Основы проектной деятельности		
ОК.3	з1	Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОПК.1	у4	Уметь использовать методы научных исследований
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.10	з1	Знать инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы, в том числе с учетом региональных особенностей
Маркетинг		
ОПК.2	з3	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве с учетом особенностей региона
ПК.9	з3	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
ПК.9	у3	Уметь проводить маркетинговые исследования
<i>Дисциплины (модули), вариативные</i>		
История искусства		
ОК.2	з4	Знать характерные особенности и основные этапы развития культурно-исторических эпох, направлений мировой культуры
ОК.6	з4	Знать различия и общность отечественной и мировой культуры
ПК.11	з3	Знать основные результаты современных исследований в области литературы и искусства, необходимые в профессиональной деятельности
ПК.11	у2	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
История литературы		
ОК.2	з4	Знать характерные особенности и основные этапы развития культурно-исторических эпох, направлений мировой культуры
ОК.6	з4	Знать различия и общность отечественной и мировой культуры
ПК.11	з3	Знать основные результаты современных исследований в области литературы и искусства, необходимые в профессиональной деятельности
Всемирная история		
ОК.2	з1	Знать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
ОК.2	з3	Знать историю рекламы и связей с общественностью
ОК.2	у1	Уметь анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
ПК.11	з1	Знать основные результаты современных исторических исследований, необходимых в профессиональной деятельности
Концепции современного естествознания		
ОПК.1	у4	Уметь использовать методы научных исследований
ПК.11	з5	Знать основные результаты современных научных исследований природы, необходимые в профессиональной деятельности
Новые медиа		
ОПК.1	з12	Знать современное веб-пространство
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
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.11	з4	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов с учетом региональных особенностей
ПК.11	у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы, учитывая региональные особенности
Основы научных исследований		
ОПК.1	з8	Знать методы и методологию научных исследований
ОПК.1	з9	Знать особенности научных исследований в социально-гуманитарных науках
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
ПК.10	з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.10	у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
ПК.11	з4	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов с учетом региональных особенностей
ПК.11	у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы, учитывая региональные особенности
Имиджология		
ОПК.1	у8	Уметь анализировать имидж территории
ОПК.2	з2	Знать специфику персонального имиджа
ПК.9	з2	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий, учитывая региональные особенности
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.11	у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы, учитывая региональные особенности
<i>Дисциплины (модули), вариативные, по выбору студента</i>		
Мерчендайзинг		
ОК.3	з1	Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК.3	у1	Уметь использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	з3	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
ПК.9	у3	Уметь проводить маркетинговые исследования
Бухгалтерский учёт		
ОК.3	з2	Знать основы бухгалтерского учета
ОК.3	у2	Уметь осуществлять бухгалтерский учет
ПК.9	з3	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
ПК.9	у3	Уметь проводить маркетинговые исследования
ПК.11	з2	Знать основы бухгалтерского учета, необходимые в профессиональной деятельности

Политическая и социальная реклама		
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
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
Коммуникационная стратегия региона		
ОПК.1	у8	Уметь анализировать имидж территории
ОПК.4	з2	Знать основные схемы анализа коммуникационной среды территории
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
Мастер-класс "Современный PR"		
ОПК.1	з5	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах, в том числе с учетом регионального развития
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.10	з1	Знать инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы, в том числе с учетом региональных особенностей
Мастер-класс "Современная реклама"		
ОПК.1	з5	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах, в том числе с учетом регионального развития
ОПК.1	з11	Знать виды, формы и содержание рекламного продукта
ОПК.1	у3	Уметь реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
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	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	з2	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий, учитывая региональные особенности
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.10	з1	Знать инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы, в том числе с учетом региональных особенностей
ПК.11	у2	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
Организационная культура		
ОК.6	з2	Знать основы организационно-управленческой работы с коллективами
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.10	з1	Знать инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы, в том числе с учетом региональных особенностей
ПК.11	з4	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов с учетом региональных особенностей

ПК.11	y1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы, учитывая региональные особенности
Современная пресс-служба		
ОПК.1	з10	Знать структуру пресс-службы организации
ОПК.2	з4	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
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	y1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.10	y1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
ПК.11	y1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы, учитывая региональные особенности
Технология публичного выступления		
ОК.5	з1	Знать правила коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК.5	y3	Уметь применять правила коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	y1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
Копирайтинг		
ОПК.3	з4	Знать особенности текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламе
ОПК.3	y4	Уметь работать с рекламными и PR-текстами на родном языке
ПК.11	з4	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов с учетом региональных особенностей
ПК.11	y1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы, учитывая региональные особенности
<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	y1	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	y1	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	y1	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 (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, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности		
ОПК.1	у1	Уметь разрабатывать дизайнерские решения для осуществления профессиональной деятельности
ОПК.1	у2	Уметь под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в том числе с учетом региональных особенностей
ОПК.1	у3	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	з4	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	Уметь работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью, учитывая особенности регионального развития
ОПК.3	у3	Уметь готовить текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ОПК.3	у5	Уметь под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
ОПК.3	у6	Уметь писать пресс-релизы
ОПК.3	у7	Уметь использовать интернет-ресурсы для журналистской, рекламной деятельности и PR-деятельности
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.9	у2	Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и

		мероприятия, учитывая региональные особенности
ПК.10	з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.10	у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
ПК.11	з4	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов с учетом региональных особенностей
ПК.11	у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы, учитывая региональные особенности
ПК.11	у2	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности		
ОПК.1	у2	Уметь под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в том числе с учетом региональных особенностей
ОПК.1	у3	Уметь реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
ОПК.1	у6	Уметь планировать и применять инструменты антикризисного PR
ОПК.2	з1	Знать основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК.2	з4	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	Уметь работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью, учитывая особенности регионального развития
ОПК.3	у4	Уметь работать с рекламными и PR-текстами на родном языке
ОПК.3	у5	Уметь под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
ОПК.5	у1	Уметь проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ОПК.6	у3	Уметь анализировать коммуникации в веб-пространстве, оценивать качество электронных ресурсов
ОПК.6	у4	Уметь проектировать фирменный стиль
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	з2	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий, учитывая региональные особенности
ПК.9	з3	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.9	у2	Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия, учитывая региональные особенности
ПК.9	у3	Уметь проводить маркетинговые исследования
ПК.10	з1	Знать инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы, в том числе с учетом региональных особенностей
ПК.10	з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.10	у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
ПК.11	з4	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов с учетом региональных особенностей

ПК.11	у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы, учитывая региональные особенности
ПК.11	у2	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
Производственная практика: научно-исследовательская работа		
ОПК.1	у3	Уметь реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
ОПК.1	у4	Уметь использовать методы научных исследований
ОПК.3	у3	Уметь готовить текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	з2	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий, учитывая региональные особенности
ПК.9	з3	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.9	у3	Уметь проводить маркетинговые исследования
ПК.10	з1	Знать инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы, в том числе с учетом региональных особенностей
ПК.10	з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.10	у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
ПК.11	з3	Знать основные результаты современных исследований в области литературы и искусства, необходимые в профессиональной деятельности
ПК.11	з4	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов с учетом региональных особенностей
ПК.11	у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы, учитывая региональные особенности
Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности		
ОПК.1	у1	Уметь разрабатывать дизайнерские решения для осуществления профессиональной деятельности
ОПК.1	у2	Уметь под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в том числе с учетом региональных особенностей
ОПК.1	у3	Уметь реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
ОПК.1	у4	Уметь использовать методы научных исследований
ОПК.1	у6	Уметь планировать и применять инструменты антикризисного PR
ОПК.2	у1	Уметь работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью, учитывая особенности регионального развития
ОПК.3	у1	Уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью
ОПК.3	у3	Уметь готовить текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ОПК.3	у4	Уметь работать с рекламными и PR-текстами на родном языке
ОПК.3	у5	Уметь под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая

		текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
ОПК.3	y7	Уметь использовать интернет-ресурсы для журналистской, рекламной деятельности и PR-деятельности
ОПК.4	y1	Уметь планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ОПК.5	y1	Уметь проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
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
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
ОПК.6	y4	Уметь проектировать фирменный стиль
ПК.9	z1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	z2	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий, учитывая региональные особенности
ПК.9	z3	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
ПК.9	y1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.9	y2	Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия, учитывая региональные особенности
ПК.9	y3	Уметь проводить маркетинговые исследования
ПК.10	z1	Знать инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы, в том числе с учетом региональных особенностей
ПК.10	z3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.10	y1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
ПК.11	z4	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов с учетом региональных особенностей
ПК.11	y1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы, учитывая региональные особенности
<i>Государственная итоговая аттестация</i>		
Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена		
ОК.1	z1	Знать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
ОК.2	z1	Знать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
ОК.3	z1	Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК.4	z1	Знать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК.5	z1	Знать правила коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК.6	z2	Знать основы организационно-управленческой работы с коллективами
ОК.6	z3	Знать особенности работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

ОК.7	з1	Знать 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	з5	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах, в том числе с учетом регионального развития
ОПК.2	з1	Знать основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК.2	з2	Знать специфику персонального имиджа
ОПК.2	з3	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве с учетом особенностей региона
ОПК.2	з4	Знать структуру рекламного агентства, пресс-центра, пресс-службы, отделов печати, СМИ, отделов по связям с общественностью, центров общественных связей и коммуникационных агентств
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 методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	з2	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий, учитывая региональные особенности
ПК.9	з3	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
ПК.10	з1	Знать инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы, в том числе с учетом региональных особенностей
ПК.10	з2	Знать основные особенности журналистики как социального института
ПК.10	з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.11	з1	Знать основные результаты современных исторических исследований, необходимых в профессиональной деятельности
ПК.11	з2	Знать основы бухгалтерского учета, необходимые в профессиональной деятельности
ПК.11	з3	Знать основные результаты современных исследований в области литературы и искусства, необходимые в профессиональной деятельности
ПК.11	з4	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров

		и прогнозов с учетом региональных особенностей
ПК.11	з5	Знать основные результаты современных научных исследований природы, необходимые в профессиональной деятельности
Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты		
ОК.4	у2	Уметь применять нормативно-правовые акты в сфере профессиональной деятельности
ОПК.1	у6	Уметь планировать и применять инструменты антикризисного PR
ОПК.1	у7	Уметь осуществлять консалтинговую деятельность в профессиональной сфере
ОПК.1	у8	Уметь анализировать имидж территории
ОПК.2	з1	Знать основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК.2	з3	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве с учетом особенностей региона
ОПК.2	з4	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.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.9	у2	Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия, учитывая региональные особенности
ПК.9	у3	Уметь проводить маркетинговые исследования
ПК.10	у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
ПК.10	у2	Уметь применять инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы в том числе учетом региональных особенностей
ПК.11	у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы, учитывая региональные особенности
ПК.11	у2	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
<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
ПК.11	з4	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов с учетом региональных особенностей
ПК.11	у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы, учитывая региональные особенности
Технология видеофильма		
ОПК.4	у2	Уметь снимать и монтировать видеофильм

ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
Основы персонального стиля		
ОПК.2	з2	Знать специфику персонального имиджа
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации