

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

“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: заочная

Год начала подготовки по образовательной программе: 2015

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 № 5/1 от 20.06.2018 г.

Заведующий кафедрой:

д.к.н., доцент Г.Б. Паршукова



Образовательная программа утверждена на ученом совете факультета гуманитарного образования, протокол №5 от 21.06.2018 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	18
4. Условия реализации образовательной программы подготовки	20
5. Оценка качества подготовки студентов и выпускников	22
6. Особенности реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	23
Приложение	24

## **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, аналитическую профессиональную деятельность в области рекламы и связей с общественностью как 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 заочной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий составляет 5 лет. 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 (в том числе, региональные особенности профессиональной деятельности выпускников и потребности работодателей), состояние и перспективы развития рекламной отрасли.

Компетенции, приобретаемые выпускниками, сформулированы также с учетом индустриального стандарта АКАР<sup>1</sup> и проектом профессионального стандарта специалиста по связям с общественностью РАСО<sup>2</sup>. Соответствие профессиональных компетенций ФГОС ВО трудовым функциям, сформулированным в профессиональном стандарте, приведено в таблице 1.6.1.

---

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

<sup>2</sup> 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 в профессиональном стандарте и/или по предложению работодателей
<p>способность проводить маркетинговые исследования (ПК-9)</p> <p>способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10)</p> <p>способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)</p> <p>способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-17.В)</p> <p>способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы, включая отчеты по социологическим исследованиям (ПК-18.В/ИТ)</p> <p>владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, социологической службе (ПК – 19.В/ИТ)</p> <p>–Способность осуществлять проектную деятельность на всех этапах жизненного цикла проекта (ПК-20.В)</p>	<p><b>Обобщенная трудовая функция:</b></p> <p>Подготовка рекламной и PR продукции:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Подготовка рекламной продукции</li> <li>- Подготовка продукции для использования при взаимодействии со СМИ</li> <li>- Подготовка рекламной и PR-продукции для целей внутренних коммуникаций</li> <li>- Организация взаимодействия со средствами массовой информации</li> </ul> <p><b>Обобщенная трудовая функция:</b></p> <p>Организация проведения исследований</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Определение целей и задач, необходимых для определения целей</li> <li>- Выбор методологии и инструментов</li> <li>- Поиск информации в открытых источниках и в СМИ</li> <li>- Обработка и структурирование результатов исследования</li> <li>- Оформление результатов работ</li> <li>- Формирование выводов и рекомендаций</li> <li>- Оценка соответствия результатов анализа целям и задачам исследования</li> </ul>

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», крупные сетевые торговые компании - М.Видео, Эльдорадо, Икея), аналитические отделы в местных органах власти (отдел анализа социальных проблем Мэрии г. Новосибирска, департамент информации Правительства Новосибирской области, информационная служба представителя Президента РФ в СФО), в финансовых учреждениях (Сбербанк и ВТБ-24 по НСО), офисах политических партий и движений; в рекламных и аналитических отделах средств массовой информации (ГТРК-Новосибирск, НСК-49) и центрах переподготовки кадров и Городском центре занятости 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 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>	
<b>ОК.1</b>	<b>способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции</b>
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
<b>ОК.2</b>	<b>способность анализировать основные этапы и закономерности исторического</b>

	<b>развития общества для формирования гражданской позиции</b>
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
<b>ОК.3</b>	<b>способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности</b>
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
<b>ОК.4</b>	<b>способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности</b>
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
<b>ОК.5</b>	<b>способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</b>
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
<b>ОК.6</b>	<b>способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</b>
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
<b>ОК.7</b>	<b>способность к самоорганизации и самообразованию</b>
з1	Знать способы самоорганизации и самообразования
з2	Уметь использовать различные способы самоорганизации и самообразования
<b>ОК.8</b>	<b>способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</b>
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
<b>ОК.9</b>	<b>готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий</b>
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>	
<b>ОПК.1</b>	<b>способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах</b>
з1	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
з2	Знать базовые научные теории в сфере рекламы и связей с общественностью
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
у2	Уметь реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
у3	Уметь использовать методы научных исследований
у4	Уметь анализировать психологические аспекты массовой коммуникации
у5	Уметь планировать и применять инструменты антикризисного PR
у6	Уметь осуществлять консалтинговую деятельность в профессиональной сфере
у7	Уметь анализировать имидж территории
<b>ОПК.2</b>	<b>владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью</b>
з1	Знать основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
з2	Знать основы дизайна
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	Уметь работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
<b>ОПК.3</b>	<b>обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга</b>

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
<b>ОПК.4</b>	<b>умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия</b>
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 снять и смонтировать видеofilm
<b>ОПК.5</b>	<b>умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия</b>
з1	Знать технологию проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
у1	Уметь проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
<b>ОПК.6</b>	<b>способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</b>
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>	
<b>ПК.9</b>	<b>способность проводить маркетинговые исследования</b>
з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
з2	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий
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
у3	Уметь проводить маркетинговые исследования
<b>ПК.10</b>	<b>способность организовывать и проводить социологические исследования</b>
з1	Знать инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы
з2	Знать основные особенности журналистики как социального института
з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
<b>ПК.11</b>	<b>способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов</b>
з1	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы
у2	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
<i>Профессиональные компетенции (ПК), установленные образовательной организацией дополнительно к компетенциям основного вида деятельности</i>	
<b>ПК.17.В</b>	<b>способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности</b>
з1	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, социологической службе
з2	Иметь знания в сфере социальных коммуникаций
з3	Знать правила и способы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
у1	Уметь подготавливать проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
у2	Владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, социологической службе
у3	Уметь реализовывать знания в области социальной коммуникации как сферы профессиональной деятельности
<b>ПК.18.В/ИТ</b>	<b>способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы, включая отчеты по социологическим исследованиям</b>
з1	Знать основы компьютерной графики
у1	Уметь применять методы дизайна в профессиональной деятельности
у2	Уметь создавать основные журналистские произведения
у3	Уметь создать сценарий видеофильма
у4	Уметь эффективно реализовывать деятельность журналиста в практике СМИ
у5	Уметь разрабатывать рекламные продукты различного вида, формы и содержания
<b>ПК.19.В/ИТ</b>	<b>владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, социологической службе</b>
у1	Уметь применять навыки работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
<b>ПК.20.В</b>	<b>Способность осуществлять проектную деятельность на всех этапах жизненного цикла проекта</b>
у1	уметь определять необходимые ресурсы для реализации проектных задач
у2	уметь организовывать и координировать работу участников проекта
у3	уметь определять проблему и способы ее решения в проекте

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

					навыков научно-исследовательской деятельности			деятельности; Технология рекламы
<b>ОПК.3</b>	Введение в направление	Введение в направление	Компьютерная графика и дизайн; Мастер-класс "Современная реклама"; Основы журналистики	Компьютерная графика и дизайн; Мастер-класс "Современная реклама"; Основы журналистики	Мастер-класс "Современная реклама"; Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	Копирайтинг; Современная пресс-служба	Копирайтинг; Современная пресс-служба; Технология рекламы	Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; Технология рекламы
<b>ОПК.4</b>	Введение в направление	Введение в направление; Технология видеofilма	Основы интегрированных коммуникаций	Основы интегрированных коммуникаций	Коммуникационная стратегия региона; Организация кампаний в рекламе и PR	Коммуникационная стратегия региона; Организация кампаний в рекламе и PR		
<b>ОПК.5</b>	Введение в направление	Введение в направление	Основы интегрированных коммуникаций	Основы интегрированных коммуникаций	Организация кампаний в рекламе и PR	Организация кампаний в рекламе и PR		
<b>ОПК.6</b>	Введение в направление; Информатика	Введение в направление; Информатика; Основы научных исследований	Основы интегрированных коммуникаций; Основы научных исследований	Основы интегрированных коммуникаций; Основы научных исследований	Визуальные коммуникации; Компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью	Визуальные коммуникации; Компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью	Новые медиа	Новые медиа
<b>ПК.9</b>		Основы менеджмента; Основы научных исследований; Технология видеofilма	Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"; Основы менеджмента; Основы научных исследований	Имиджология; Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"; Основы научных исследований	Имиджология; Коммуникационная стратегия региона; Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"; Организация кампаний в рекламе и PR; Политическая и социальная реклама; Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	Коммуникационная стратегия региона; Организационная культура; Организация кампаний в рекламе и PR; Основы персонального стиля; Основы проектной деятельности; Политическая и социальная реклама; Психология массовых коммуникаций; Современная пресс-служба; Технология публичного выступления	Исследования в рекламе и связях с общественностью; Новые медиа; Организационная культура; Основы проектной деятельности; Психология массовых коммуникаций; Современная пресс-служба; Технология публичного выступления; Технология рекламы	Бухгалтерский учёт; Исследования в рекламе и связях с общественностью; Маркетинг; Мерчендайзинг; Новые медиа; Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; Технология рекламы
<b>ПК.10</b>		Основы менеджмента; Основы научных исследований; Политические коммуникации; Социология	Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"; Основы журналистики; Основы интегрированных коммуникаций; Основы менеджмента; Основы научных исследований; Политические коммуникации; Социология; Социология коммуникации	Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"; Основы журналистики; Основы интегрированных коммуникаций; Основы научных исследований; Социология коммуникации	Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"; Социология коммуникации; Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	Организационная культура; Основы проектной деятельности; Современная пресс-служба	Исследования в рекламе и связях с общественностью; Организационная культура; Основы проектной деятельности; Современная пресс-служба	Исследования в рекламе и связях с общественностью; Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

<b>ПК.11</b>		Основы менеджмента; Основы научных исследований	Мастер-класс "Современная реклама"; Основы менеджмента; Основы научных исследований	Имиджелогия; Мастер-класс "Современная реклама"; Основы научных исследований	Визуальные коммуникации; Имиджелогия; Мастер-класс "Современная реклама"; Основы брендинга; Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	Визуальные коммуникации; Деловой английский язык; Копирайтинг; Организационная культура; Основы брендинга; Психология массовых коммуникаций; Современная пресс-служба	Копирайтинг; Новые медиа; Организационная культура; Психология массовых коммуникаций; Современная пресс-служба	История искусства; История литературы; Мерчендайзинг; Новые медиа; Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
<b>ПК.17.В</b>	Всемирная история; Концепции современного естествознания		Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"	Имиджелогия; Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"	Имиджелогия; Коммуникационная стратегия региона; Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"; Политическая и социальная реклама; Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	Коммуникационная стратегия региона; Политическая и социальная реклама		Бухгалтерский учёт; История искусства; История литературы; Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
<b>ПК.18.В/ИТ</b>							Новые медиа	Новые медиа; Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
<b>ПК.19.В/ИТ</b>			Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"	Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"	Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"			
<b>ПК.20.В</b>			Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"	Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"	Мастер-класс "Современная реклама"; Мастер-класс "Современный PR"			

Таблица 2.5.2 (продолжение)

Код компетенции	Семестр 9	Семестр 10	Семестр 11	Семестр 12	Семестр 13
<b>ОК.1</b>					
<b>ОК.2</b>					
<b>ОК.3</b>	Бухгалтерский учёт; Мерчендайзинг				
<b>ОК.4</b>					
<b>ОК.5</b>					
<b>ОК.6</b>	История искусства; История литературы				
<b>ОК.7</b>					
<b>ОК.8</b>					
<b>ОК.9</b>					
<b>ОПК.1</b>	Производственная практика: научно-исследовательская работа; Технология рекламы				
<b>ОПК.2</b>	Маркетинг; Технология рекламы				
<b>ОПК.3</b>	Технология рекламы				
<b>ОПК.4</b>					
<b>ОПК.5</b>					
<b>ОПК.6</b>					
<b>ПК.9</b>	Бухгалтерский учёт; Маркетинг; Мерчендайзинг; Производственная практика: научно-исследовательская работа; Технология рекламы	Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности			
<b>ПК.10</b>	Производственная практика: научно-исследовательская работа	Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности			
<b>ПК.11</b>	История искусства; История литературы;	Производственная (преддипломная) практика: практика по получению			

	Мерчендайзинг; Производственная практика: научно- исследовательская работа	профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности			
<b>ПК.17.В</b>	Бухгалтерский учёт; История искусства; История литературы; Производственная практика: научно- исследовательская работа	Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности			
<b>ПК.18.В/ИТ</b>					
<b>ПК.19.В/ИТ</b>		Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности			
<b>ПК.20.В</b>		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.
<b>Блок 1</b>	<b>Дисциплины (модули)</b>	<b>192</b>
	Базовая часть	<b>147</b>
	Вариативная часть	<b>45</b>
<b>Блок 2</b>	<b>Практики</b>	<b>39</b>
	Базовая часть	<b>0</b>
	Вариативная часть	<b>39</b>
<b>Блок 3</b>	<b>Государственная итоговая аттестация</b>	<b>9</b>
	Базовая часть	<b>9</b>
<b>Объем образовательной программы</b>		<b>240</b>

#### 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 на базе учреждений и предприятий г. Новосибирска (ООО «Сакура», ООО «Киан», ООО «Деловые линии», . Способ проведения практик — стационарная, распределенная.

**Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности** проводится в ООО «Сибирская коммерческая компания», ООО «ЭДРУ», ООО «Рекламный дом Сибири», ООО «Оранжевый круг», департамент информации Правительства Новосибирской области и других организациях, осуществляющих аналитическую, прогнозную, рекламную и PR деятельности. Способ проведения практик – выездная.

**Производственная практика: научно-исследовательская работа** проводится в НГТУ на базе кафедры социологии и массовых коммуникаций и Управления информационной политики. Способ проведения практик – стационарная

**Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности** проводится в ООО «Сибирская коммерческая компания», ООО «ЭДРУ», ООО «Рекламный дом Сибири», ООО «Оранжевый круг», департамент информации Правительства Новосибирской области и других организациях, осуществляющих аналитическую, прогнозную, рекламную и PR деятельности. Способ проведения практик – 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).

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.

## **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>		
<b>Философия</b>		
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
<b>История</b>		
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
<b>Иностранный язык</b>		
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
<b>Экономика</b>		
ОК.3	з1	Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК.3	у1	Уметь использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
<b>Социология</b>		
ОПК.1	з4	Знать методы и методологию научных исследований
ОПК.1	з5	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
<b>Культурология</b>		
ОК.2	з4	Знать характерные особенности и основные этапы развития культурно-исторических эпох, направлений мировой культуры
<b>Русский язык и культура речи</b>		
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

<b>Психология и педагогика</b>		
ОК.6	з2	Знать особенности работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК.7	з1	Знать способы самоорганизации и самообразования
<b>Правоведение</b>		
ОК.4	з1	Знать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК.4	у1	Уметь использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
<b>Безопасность жизнедеятельности</b>		
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
<b>Информатика</b>		
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
<b>Математика</b>		
ОК.3	з1	Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
<b>Компьютерная графика и дизайн</b>		
ОПК.3	у3	Уметь готовить текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
<b>Основы журналистики</b>		
ОПК.3	у7	Уметь использовать интернет-ресурсы для журналистской, рекламной деятельности и PR-деятельности
ПК.10	з2	Знать основные особенности журналистики как социального института
<b>Межрегиональные конфликты</b>		
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
<b>Психология массовых коммуникаций</b>		
ОПК.1	у4	Уметь анализировать психологические аспекты массовой коммуникации
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.11	у2	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
<b>Социология коммуникации</b>		
ОК.5	з1	Знать правила коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ПК.10	з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.10	у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
<b>Основы менеджмента</b>		
ОК.6	з1	Знать организационно-управленческой работы с коллективами
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации

ПК.10	з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.11	з1	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
<b>Политические коммуникации</b>		
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
ПК.10	з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.10	у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
<b>Основы брендинга</b>		
ОПК.1	з3	Знать технологию брендинга
ПК.11	у2	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
<b>Исследования в рекламе и связях с общественностью</b>		
ОПК.1	з1	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
ОПК.1	з5	Знать особенности научных исследований в социально-гуманитарных науках
ОПК.1	у3	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
<b>Основы интегрированных коммуникаций</b>		
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
<b>Введение в направление</b>		
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	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
<b>Визуальные коммуникации</b>		
ОПК.6	у3	Уметь анализировать коммуникации в веб-пространстве, оценивать качество электронных ресурсов
ПК.11	у2	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
<b>Технология рекламы</b>		
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
ПК.9	з2	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий
<b>Нормативные основы рекламы и связей с общественностью</b>		
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
<b>Основы дизайна</b>		
ОПК.2	з2	Знать основы дизайна
<b>Конфликтология</b>		
ОК.6	з1	Знать организационно-управленческой работы с коллективами
<b>Теория массовой информации</b>		
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
<b>Основы теории коммуникации</b>		
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

<b>Межкультурная коммуникация</b>		
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
<b>Компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью</b>		
ОПК.6	з2	Знать основы информационно-коммуникационных технологий
<b>Организация кампаний в рекламе и PR</b>		
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
ПК.9	у2	Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
<b>Основы проектной деятельности</b>		
ОК.3	з1	Знать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОПК.1	у3	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
<b>Маркетинг</b>		
ОПК.2	з4	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ПК.9	з3	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
ПК.9	у3	Уметь проводить маркетинговые исследования
<i>Дисциплины (модули), вариативные</i>		
<b>История искусства</b>		
ОК.6	з3	Знать различия и общность отечественной и мировой культуры
ПК.11	з1	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
ПК.17.В	у3	Уметь реализовывать знания в области социальной коммуникации как сферы профессиональной деятельности
<b>История литературы</b>		
ОК.6	з3	Знать различия и общность отечественной и мировой культуры
ПК.11	з1	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
ПК.11	у2	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
ПК.17.В	з2	Иметь знания в сфере социальных коммуникаций
ПК.17.В	у3	Уметь реализовывать знания в области социальной коммуникации как сферы профессиональной деятельности
<b>Всемирная история</b>		

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.17.В	з2	Иметь знания в сфере социальных коммуникаций
ПК.17.В	у3	Уметь реализовывать знания в области социальной коммуникации как сферы профессиональной деятельности
<b>Концепции современного естествознания</b>		
ОПК.1	у3	Уметь использовать методы научных исследований
ПК.17.В	з2	Иметь знания в сфере социальных коммуникаций
<b>Новые медиа</b>		
ОПК.1	з8	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	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.11	з1	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
ПК.11	у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы
ПК.18.В/ ИТ	у2	Уметь создавать основные журналистские произведения
<b>Основы научных исследований</b>		
ОПК.1	з4	Знать методы и методологию научных исследований
ОПК.1	з5	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.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
ПК.11	з1	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
ПК.11	у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы
<b>Имиджелогия</b>		
ОПК.1	у7	Уметь анализировать имидж территории
ОПК.2	з3	Знать специфику персонального имиджа
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации

ПК.11	з1	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
ПК.11	у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы
ПК.17.В	з2	Иметь знания в сфере социальных коммуникаций
<i>Дисциплины (модули), вариативные, по выбору студента</i>		
<b>Мерчендайзинг</b>		
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
ПК.11	у2	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
<b>Бухгалтерский учёт</b>		
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.17.В	з3	Знать правила и способы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
<b>Технология публичного выступления</b>		
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
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
<b>Копирайтинг</b>		
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
ПК.11	з1	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
ПК.11	у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы
<b>Мастер-класс "Современный PR"</b>		
ОПК.1	з1	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
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
ПК.17.В	з2	Иметь знания в сфере социальных коммуникаций
ПК.19.В/ИТ	у1	Уметь применять навыки работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ПК.20.В	у1	уметь определять необходимые ресурсы для реализации проектных задач

ПК.20.В	у2	уметь организовывать и координировать работу участников проекта
ПК.20.В	у3	уметь определять проблему и способы ее решения в проекте
<b>Мастер-класс "Современная реклама"</b>		
ОПК.1	з1	Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
ОПК.1	з7	Знать виды, формы и содержание рекламного продукта
ОПК.1	у2	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
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
ПК.11	у2	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
ПК.17.В	у2	Владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, социологической службе
ПК.19.В/ ИТ	у1	Уметь применять навыки работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ПК.20.В	у1	уметь определять необходимые ресурсы для реализации проектных задач
<b>Организационная культура</b>		
ОК.6	з1	Знать 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
ПК.11	з1	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
ПК.11	у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы
<b>Современная пресс-служба</b>		
ОПК.1	з6	Знать структуру пресс-службы организации
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	у6	Уметь писать пресс-релизы
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.10	з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.10	у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
ПК.11	у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы
<b>Политическая и социальная реклама</b>		
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
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.17.В	з2	Иметь знания в сфере социальных коммуникаций
<b>Коммуникационная стратегия региона</b>		
ОПК.1	у7	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
ПК.17.В	з2	Иметь знания в сфере социальных коммуникаций
ПК.17.В	у3	Уметь реализовывать знания в области социальной коммуникации как сферы профессиональной деятельности
<i>Дисциплины (модули), базовые</i>		
<b>Физическая культура и спорт (модуль): Физическая культура</b>		
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>		
<b>Физическая культура и спорт (модуль): Прикладная физическая культура (атлетизм)</b>		
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
<b>Физическая культура и спорт (модуль): Прикладная физическая культура (гимнастика)</b>		
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
<b>Физическая культура и спорт (модуль): Прикладная физическая культура (единоборства)</b>		
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
<b>Физическая культура и спорт (модуль): Прикладная физическая культура (плавание)</b>		
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
<b>Физическая культура и спорт (модуль): Прикладная физическая культура (спортивные игры)</b>		
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>		
<b>Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности</b>		
ОПК.1	y1	Уметь под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
ОПК.1	y2	Уметь реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
ОПК.2	z1	Знать основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
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.2	y1	Уметь работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК.3	y5	Уметь под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
ПК.9	z2	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий
ПК.9	y1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.9	y2	Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
ПК.9	y3	Уметь проводить маркетинговые исследования
ПК.10	y1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
ПК.11	y1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы
ПК.17.В	z2	Иметь знания в сфере социальных коммуникаций
ПК.17.В	z3	Знать правила и способы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ПК.17.В	y1	Уметь подготавливать проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ПК.17.В	y3	Уметь реализовывать знания в области социальной коммуникации как сферы профессиональной деятельности
<b>Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности</b>		
ОПК.1	y1	Уметь под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
ОПК.1	y2	Уметь реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
ОПК.2	z1	Знать основы работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
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.2	y1	Уметь работать в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК.3	y5	Уметь под контролем осуществлять подготовку к выпуску,

		производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
ПК.9	y1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.9	y2	Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
ПК.9	y3	Уметь проводить маркетинговые исследования
ПК.10	y1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
ПК.11	y1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы
ПК.17.В	z2	Иметь знания в сфере социальных коммуникаций
ПК.17.В	z3	Знать правила и способы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ПК.17.В	y1	Уметь подготавливать проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ПК.18.В/ ИТ	z1	Знать основы компьютерной графики
<b>Производственная практика: научно-исследовательская работа</b>		
ОПК.1	y2	Уметь реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
ПК.9	z1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	z2	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий
ПК.9	z3	Знать инструменты и способы маркетинговых исследований
ПК.9	y1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
ПК.9	y3	Уметь проводить маркетинговые исследования
ПК.10	z3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.10	y1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
ПК.11	z1	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
ПК.11	y1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы
ПК.17.В	z3	Знать правила и способы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ПК.17.В	y1	Уметь подготавливать проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
<b>Производственная (преддипломная) практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности</b>		
ПК.9	z1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	z2	Знать способы подготовки и осуществления рекламных кампаний и мероприятий
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
ПК.9	y3	Уметь проводить маркетинговые исследования
ПК.10	z1	Знать инструменты организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы
ПК.10	z2	Знать основные особенности журналистики как социального института

ПК.10	з3	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований
ПК.10	у1	Уметь организовывать и проводить социологические исследования
ПК.11	з1	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
ПК.11	у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы
ПК.11	у2	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
ПК.17.В	з2	Иметь знания в сфере социальных коммуникаций
ПК.17.В	з3	Знать правила и способы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ПК.17.В	у3	Уметь реализовывать знания в области социальной коммуникации как сферы профессиональной деятельности
ПК.19.В/ИТ	у1	Уметь применять навыки работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ПК.20.В	у3	уметь определять проблему и способы ее решения в проекте
<i>Государственная итоговая аттестация</i>		
<b>Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена</b>		
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 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	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	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	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
ПК.9	з3	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
ПК.17.В	з1	Знать особенности работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, социологической службе
ПК.17.В	з3	Знать правила и способы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ПК.20.В	у1	уметь определять необходимые ресурсы для реализации проектных задач
<b>Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты</b>		
ОК.4	у2	Осуществлять реализацию нормативно-правовых актов в сфере профессиональной деятельности
ОПК.1	у5	Уметь планировать и применять инструменты антикризисного PR
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.17.В	у2	Владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве, социологической службе
ПК.18.В/ ИТ	у1	Уметь применять методы дизайна в профессиональной деятельности
ПК.18.В/ ИТ	у3	Уметь создать сценарий видеофильма
ПК.18.В/ ИТ	у4	Уметь эффективно реализовывать деятельность журналиста в практике СМИ
ПК.18.В/ ИТ	у5	Уметь разрабатывать рекламные продукты различного вида, формы и содержания
ПК.19.В/ ИТ	у1	Уметь применять навыки работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ПК.20.В	у2	уметь организовывать и координировать работу участников проекта
ПК.20.В	у3	уметь определять проблему и способы ее решения в проекте
<i>Факультативные дисциплины</i>		
<b>Деловой английский язык</b>		
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	з1	Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
ПК.11	у1	Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы
<b>Технология видеофильма</b>		
ОПК.4	у2	Уметь снять и смонтировать видеофильм
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации
<b>Основы персонального стиля</b>		
ОПК.2	з3	Знать специфику персонального имиджа
ПК.9	з1	Знать методы и инструменты реализации проектов
ПК.9	у1	Уметь реализовывать проекты и владеть методами их реализации