



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

Школа искусств и гуманитарных наук



УТВЕРЖДАЮ
Директор Школы

Ф.Е. Ажимов

«26» декабря 2019г

**ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА
ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа бакалавриата

Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: *очная*

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения) *4 года*

Владивосток
2019

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
Основной профессиональной образовательной программы

Основная образовательная программа высшего образования (ОПОП ВО) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Рассмотрена и утверждена на заседании Ученого Совета ШИГН «26» декабря 2019 г. (протокол № 4)

Разработчик:



подпись

доцент ДКиМ, Лыкова Т.Д.
должность, ФИО

Руководитель ОПОП



подпись

доцент ДКиМ, Лыкова Т.Д.
должность, ФИО

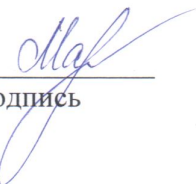
Директор Школы



подпись

Ф.Е. Ажимов
ФИО

Представители работодателей:



подпись

Генеральный директор
ООО «АГТ-Восток»
С. А. Дмитриченко
должность, ФИО



подпись

Заместитель генерального
директора по внешним
коммуникациям ООО
«Управляющая компания
«Славда» О.Ю. Бондаренко
должность, ФИО



подпись

Заместитель генерального
директора ООО «Владмама»
О.С.Сиянко
должность, ФИО

Содержание

1. Общие положения
2. Термины, определения и сокращения
- I. Документы, регламентирующие организацию и содержание учебного процесса
 - 1.1 Учебный план
 - 1.2 Календарный график учебного процесса
 - 1.3 Матрица формирования компетенций
 - 1.4 Рабочие программы дисциплин (РПД)
 - 1.5 Программы практик
 - 1.7 Программа государственной итоговой аттестации
- II. Фактическое ресурсное обеспечение реализации ОПОП
 - 2.1 Сведения о кадровом обеспечении ОПОП
 - 2.2 Сведения о наличии печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов по ОПОП
 - 2.3 Сведения о материально-техническом обеспечении ОПОП
 - 2.4 Сведения о результатах научной деятельности преподавателей
 - 2.5 Финансовые условия реализации образовательной программы
 - 2.6 Условия применения механизма оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе
- Приложения

Общая характеристика ОПОП

Общие положения

Основная профессиональная образовательная программа (ОПОП) бакалавриата, реализуемая Федеральным государственным автономным образовательным учреждением высшего образования «Дальневосточный федеральный университет» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью», образовательная программа представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением с учетом требований рынка труда на основе образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Основная образовательная программа имеет профиль, характеризующий ее ориентацию на конкретные области знания и/или виды деятельности и определяющую ее предметно-тематическое содержание, преобладающие виды учебной деятельности обучающихся и требования к результатам ее освоения.

ОПОП представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде аннотации (общей характеристики) образовательной программы, учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), включающих оценочные средства и методические материалы, программ практик, программ научно-исследовательской работы и государственной итоговой аттестации, а также сведений о фактическом ресурсном обеспечении образовательного процесса.

Нормативная база для разработки ОПОП

Нормативную правовую базу разработки ОПОП составляют:

- федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- нормативные документы Министерства образования и науки Российской Федерации, Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки;
- федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.- приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- профессиональный стандарт Специалист по интернет-маркетингу, утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 № 95н;
- профессиональный стандарт Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации, утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 № 535н;
- профессиональный стандарт Специалист по информационным ресурсам, утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2014 № 629н;
- внутренние нормативные акты и документы ДВФУ.

ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ

ВО – высшее образование;

ГИА – государственная итоговая аттестация;

НИР – научно-исследовательская работа;

ОВЗ – ограниченные возможности здоровья

ОПК – общепрофессиональные компетенции;

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа;

ОС ВО ДВФУ – образовательный стандарт высшего образования, самостоятельно устанавливаемый ДВФУ;

ОТФ – обобщенная трудовая функция;

ПК – профессиональные компетенции;

ПООП – примерная основная профессиональная программа;

ПСК – профессионально-специализированные компетенции;

РПД – рабочая программа дисциплины.

СПК – специальные профессиональные компетенции;

УК – универсальные компетенции;

УПК – универсальные профессиональные компетенции;

ФГОС ВО 3++ – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования.

Цели и задачи основной профессиональной образовательной программы

Целью основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» является качественная подготовка профессиональных, высокообразованных кадров для современного рекламного рынка в интересах экономического и социального развития России, формирование у студентов личностных качеств и развитие совокупности компетенций, обеспечивающих их академический, социально-личностный и профессиональный уровень в сфере создания рекламной продукции и PR-коммуникаций, на основе комплексного подхода и с использованием широких возможностей, предоставляемых Дальневосточным Федеральным университетом.

В рамках вышеуказанной цели ставятся следующие задачи:

- стратегическое планирование интернет-кампаний;
- формирование и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации;
- продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;
- способность участвовать в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных технологий;
- способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, организовывать и координировать PR-процессы; создавать коммуникационный продукт;
- выработка, обоснование и внедрение инновационных решений в области рекламных технологий и в связях с общественностью, рекламных и коммуникационных кампаний;
- удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном, профессиональном и нравственном развитии путем получения образования на уровне бакалавриата в области рекламы и связей с общественностью;
- удовлетворение потребностей общества в высококвалифицированных кадрах путем подготовки бакалавров в области рекламы и связей с общественностью;
- создание условий для формирования у обучающихся знаний, умений и навыков, личностных качеств, необходимых для осуществления профессиональной деятельности;

- создание условий, позволяющих обучающимся приобрести умения по профессиональной работе в области рекламы и связей с общественностью, как самостоятельной, так и по руководству коллективом;
- формирование способности создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;
- формирование способности осуществлять авторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями для разных типов СМИ и других медиа;
- формирование способности осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
- формирование способности осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Трудоемкость ОПОП по направлению подготовки

Нормативный срок освоения ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профиль «Реклама и связи с общественностью» составляет 4 года для очной формы обучения. Трудоемкость основной образовательной программы по очной форме обучения за учебный год равна 60 зачетным единицам. Общая трудоемкость освоения основной образовательной программы для очной формы обучения составляет 240 зачетных единиц (з.е.), вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы несколькими организациями, осуществляющими образовательную деятельность, с использованием сетевой формы, реализации обучения по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренного обучения.

Область профессиональной деятельности

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

- текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам;

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде;
- общественное мнение;
- информационные и рекламные процессы в коммерческой сфере;
- рекламные и PR-кампании в коммерческой сфере;
- рекламные и PR-технологии в коммерческой сфере на Дальнем Востоке России и в странах АТР.

Объекты профессиональной деятельности

Объекты профессиональной деятельности выпускников или область (области) знания:

<i>Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)</i>	<i>Типы задач профессиональной деятельности</i>	<i>Задачи профессиональной деятельности</i>	<i>Объекты профессиональной деятельности (или области знания)</i>
Связь, информационные и коммуникационные технологии	организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности

Связь, информационные и коммуникационные технологии	авторский	Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
Связь, информационные и коммуникационные технологии	маркетинговый	Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
Связь, информационные и коммуникационные технологии	технологический	Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных технологий	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности

Связь, информационные и коммуникационные технологии	проектный	Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
-----------------------------------------------------	-----------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Перечень профессиональных стандартов:

– профессиональный стандарт Специалист по интернет-маркетингу, утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 № 95н;

– профессиональный стандарт Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации, утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 № 535н;

– профессиональный стандарт Специалист по информационным ресурсам, утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2014 № 629н.

Применение электронного обучения: осуществляется.

Требования к результатам освоения ОПОП

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы у выпускника должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает, как выявить проблему, осуществлять поиск информации и интерпретировать ее для решения поставленных задач

		<p>УК-1.2. Умеет сравнивать возможные варианты решения, оценивать их преимущества и недостатки, формулировать собственную позицию в рамках поставленной задачи.</p> <p>УК-1.3. Владеет навыками использования поиска, критического анализа и синтеза информации, системного подхода для решения поставленных задач; способностью формировать собственное мнение, аргументировать свою точку зрения на основе системного подхода и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи</p>
<p>Разработка и реализация проектов</p>	<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>УК-2.1. Знает методы представления и описания результатов проектной деятельности; методы, критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта; принципы, методы и требования, предъявляемые к проектной работе, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.</p> <p>УК-2.2. Умеет обосновывать и практическую и</p>

		<p>теоретическую значимость полученных результатов; проверять и анализировать проектную документацию; прогнозировать развитие процессов в проектной профессиональной области; выдвигать идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации проекта; анализировать проектную документацию; рассчитывать сроки выполнения проектной работы, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. УК-2.3. Владеет управлением проектами в области, соответствующей профессиональной деятельности; распределением заданий и побуждением других к достижению целей; участием в разработке технического задания проекта, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.</p>
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою	УК-3.1. Знает основные принципы и социально-этические нормы командного взаимодействия

	роль в команде	<p>УК-3.2. Умеет анализировать и оценивать ситуацию, выбирать стратегию поведения, принимать решения, брать на себя ответственность, работая индивидуально или в команде</p> <p>УК-3.3. Владеет навыками разработки и реализации плана действий, необходимых для решения профессиональных задач, в том числе в условиях работы в команде</p>
Коммуникация	<p>УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>УК-4.1. Знает основные нормы современного русского литературного языка и базовые принципы речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; основные грамматические нормы изучаемого иностранного языка; обладает достаточным словарным запасом.</p> <p>УК-4.2. Умеет грамотно, логически верно и аргументированно излагать свои мысли в процессе речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; общаться на бытовые и профессиональные темы на изучаемом иностранном языке в устной и письменной форме; читать,</p>

		<p>переводить и реферировать литературу по своей специальности со словарем и без него; понимать речь изучаемого иностранного языка на слух.</p> <p>УК-4.3. Владеет навыками логичного и грамотного речевого взаимодействия в устной и письменной форме на русском и иностранном языках; основами грамматических норм изучаемого иностранного языка; достаточным словарным запасом; основными приемами общения.</p>
Межкультурное взаимодействие	<p>УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>УК-5.1. Знает закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей России; основные события и процессы отечественной истории в контексте мировой истории; основные понятия и концепции философии; историю развития основных направлений человеческой мысли.</p> <p>УК-5.2. Умеет критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую</p>

		<p>информацию, факторы и механизмы исторических изменений; проводить историко-философское исследование в соответствии с поставленной целью и задачами, определять логику проведения научного исследования относительно оценки собственной деятельности</p> <p>УК-5.3. Владеет навыками анализа причинно–следственных связей в развитии российского государства и общества; места человека в историческом процессе и политической организации общества; навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям России; инструментами и методами проведения научных историко-философских исследований</p>
<p>Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)</p>	<p>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>УК-6.1. Знает теоретические основы самостоятельной работы; основные принципы планирования самостоятельной работы; основы тайм–менеджмента; теоретические основы работы с учебной и</p>

		<p>научной литературой; принципы работы с базами данных и информационными источниками сети интернет.</p> <p>УК-6.2. Умеет проявлять самостоятельность в обучении; планировать рабочее время; систематически изучать научную и учебную литературу, оформлять ее в соответствии с ГОСТ и нормативными документами ДВФУ; самостоятельно анализировать интернет источники и результаты научных исследований ведущих исследовательских организаций; формулировать результат самостоятельной работы; публично представлять результаты самостоятельной работы.</p> <p>УК-6.3. Владеет навыками самостоятельной работы, самоорганизации и самообразования; навыками планирования рабочего времени; навыками анализа и систематизации исследований; способностью формулировать и представлять результат</p>
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		самостоятельной работы.
	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Знает научно–практические основы физической культуры и здорового образа жизни. УК-7.2. Умеет использовать творчески средства и методы физического воспитания для профессионально–личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни. УК-7.3. Владеет средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально–культурной и профессиональной деятельности.
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	УК-8.1. Знает термины, основные понятия, правила и принципы, законы, теории, конкретные факты, процедуры обеспечения безопасности жизнедеятельности. УК-8.2. Умеет выявлять проблемы, связанные с несоблюдением техники безопасности на рабочем месте, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций,

		участвует в мероприятиях по их преодолению и профилактике УК-8.3. Владеет основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Знает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Умеет осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных

		<p>знаковых.</p> <p>ОПК-1.3. Владеет навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>
Общество и государство	<p>ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>ОПК-2.2. Умеет учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p> <p>ОПК-2.3. Владеет навыками редактирования текстов для медиа в соответствии с требованиями действующего медийного законодательства</p>
Культура	ОПК-3. Способен	ОПК-3.1. Знает

	<p>использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>особенности межкультурной коммуникации; основные достижения в области литературы и искусства. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>ОПК-3.2. Умеет учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p> <p>ОПК-3.3. Владеет навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, используя многообразие достижений отечественной и мировой культуры</p>
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Знает основные запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности в соответствии с

		<p>запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.</p> <p>ОПК-4.2 Умеет использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-4.3. Владеет навыками создания актуальных продуктов в профессиональной сфере.</p>
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5.2. Умеет осуществлять свои профессиональные</p>

		<p>действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p>ОПК-5.3. Владеет основными методами и навыками проведения анализа и определения тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>
Технологии	<p>ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>ОПК-6.1. Знает современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ОПК-6.2. Умеет определять для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>ОПК-6.3. Владеет</p>

		<p>навыками применения современных цифровых устройств, технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
Эффекты	<p>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-7.2. Умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p>ОПК-7.3. Владеет способностью учитывать последствия своей профессиональной деятельности, следуя</p>

		принципам социальной ответственности, проводить антикризисные мероприятия
--	--	---------------------------------------------------------------------------

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Тип задач профессиональной деятельности: организационный			
Организация процесса создания коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствам и массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<p>ПК-1.1. Знает современные тенденции планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <p>ПК-1.2. Умеет осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПК-1.3. Владеет приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий, в т.ч. внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>
Стратегическое планирование	текст рекламы и	ПК-2 Стратегическое	ПК-2. 1 Знает показатели, характеризующие

интернет-кампаний	связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствам и массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам обществу.	планирование интернет-кампаний	<p>эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>ПК-2.2 Умеет составлять стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>ПК-2.3 Владеет навыками контроля реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>
Формирование и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствам и массовой информации и другими медиа, адресованный	ПК-3 Формирование и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта	<p>ПК-3.1 Знает: основы менеджмента; управление проектами; функционирование поисковых систем; основы предпринимательской деятельности; основы маркетинга; основы бюджетирования маркетинговой деятельности</p> <p>ПК-3.2 Умеет: бюджетировать реализацию стратегии продвижения; обосновывать необходимые расходы согласно показателям</p>

	ный разным целевым группам/группам общественности.		эффективности продвижения; вычислять экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика . ПК-3.3 Владеет навыками оценки финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта от реализации стратегии продвижения; определения основных направлений расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
--	----------------------------------------------------------------	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Тип задач профессиональной деятельности: авторский

Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационно го продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с обществен ностью и (или) иной коммуника ционный продукт, передавае мый по различным каналам средствам и массовой информац ии (далее – СМИ) и другими медиа,	ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.1. Знает основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста ПК-4.2. Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	адресованный разным целевым группам/группам общественности.		отечественного опыта ПК-4.3. Владеет навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
--	-------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый

Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствам и массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПК-5. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-5.1. Знает основные маркетинговые инструменты, применяющиеся при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-5.2. Умеет выбирать необходимые технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта. ПК-5.3. Владеет навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта. Осуществляет мониторинг обратной
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			связи с различными целевыми группами
<p>Продвижение коммуникационно го продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p>	<p>текст рекламы и связей с обществен ностью и (или) иной коммуника ционный продукт, передавае мый по различным каналам средствам и массовой информац ии и другими медиа, адресован ный разным целевым группам/группам обществен ности.</p>	<p>ПК-6 способен проводить маркетинговые и социологические исследования</p>	<p>ПК-6.1 Знает специфику, виды, технологию маркетингового и социологического исследований; методы маркетингового и социологического исследований; значение маркетингового и социологических (в т. ч. прикладных) исследований в рекламной деятельности и связях с общественностью. ПК-6.2 Умеет определять необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывать и проводить маркетинговое и социологическое исследования; отбирать методы исследований, разрабатывать его инструментарий. ПК-6.3 Владеет навыками обоснования необходимости использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательного потенциала исследований; навыками подготовки, осуществления полевых работ, навыками отбора и обоснования методов сбора и обработки данных в социологическом</p>

			исследовании; навыками разработки инструментария для исследований.
Тип задач профессиональной деятельности: технологический			
Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных технологий	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, адресованный разным целевым группам/группам общественности	ПК-7 способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.1 Знает технологии медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде; основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде; технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами; технологии производства продукта ПК-7.2 Умеет определять необходимые технологические средства для осуществления коммуникации ПК-7.3 Владеет необходимыми навыками выбора и применения технологических средств для осуществления коммуникации
Тип задач профессиональной деятельности: проектный			
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, адресованный разным	ПК-8 способность осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-8.1 Знает понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные документы по сопровождению проекта в

	целевым группам/группам общественности	бю	сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-8.2 Умеет разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта ПК-8.3 Владеет навыками организации проектной работы, методами решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта
--	----------------------------------------	----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Специфические особенности ОПОП

Обучение по направлению подготовки основной профессиональной образовательной программы «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью» ориентировано на рынок труда Дальнего Востока России и Восточной Сибири и подразумевает трудоустройство выпускников в реальном секторе экономики, негосударственных структурах и институтах гражданского общества. Выпускники ориентированы на работу в области ATL- и BTL-коммуникаций на рынке труда в различных сферах, организации и проведению рекламных и PR-кампаний.

Актуальность обучения по направлению подготовки основной профессиональной образовательной программы «Реклама и связи с общественностью» определяется возрастанием роли теории и практики современных информационных технологий, ориентированных на общество, прежде всего рекламы и связей с общественностью, в современном мире.

На сегодняшний день ни одна сфера жизнедеятельности не обходится без информационного сопровождения, то есть без практического применения рекламных технологий, а также связей с общественностью. Это вызывает потребность в высококвалифицированных кадрах в области рекламы и связей с

общественностью, в частности, в сфере организации и управления информационными компаниями.

Такие специалисты должны быть подготовлены к организационной, авторской, проектной, маркетинговой, технологической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Умение организовывать, проектировать и проводить в жизнь рекламные и PR-кампании в различных сферах жизнедеятельности в особенности актуально для Дальнего Востока России в настоящее время. Поскольку официально декларирован «Разворот на Восток», в условиях социального, экономического и политического взаимодействия России и других стран Северо-Восточной Азии и Азиатско-Тихоокеанского региона, осуществления сотрудничества в самых разных сферах и форматах, реализация совместных инициатив, прежде всего в реальном секторе экономики – экономических и инвестиционных - нуждается в постоянном рекламном и информационном сопровождении, а также в разработке теоретических моделей проведения рекламных и коммуникативных кампаний в масштабах региона.

Набор дисциплин базовой и вариативной части учебного плана по направлению подготовки основной профессиональной образовательной программы «Реклама и связи с общественностью» полностью соответствует потребностям формирования универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций будущего выпускника.

Изучение дисциплин обязательной части учебного плана по данному направлению подготовки бакалавров, в числе которых: «Основы теории коммуникации», «Психология рекламной и PR-деятельности», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Медиаправо», «Интегрированные коммуникации», «Организация и проведение рекламных и PR-кампаний», «Редакционно-издательская обработка рекламного текста» позволяет обучающимся сформировать тип мышления, соответствующий решению значимых научных и практических задач в сфере рекламы и связей с общественностью. Кроме того, они приобретают возможность самостоятельно использовать полученные знания и навыки в сфере профессиональной и познавательной деятельности, самостоятельно, профессионально и критически мыслить, на высокопрофессиональном уровне пользоваться русским и иностранным языком, современными информационными и коммуникативными технологиями, внедрять теоретические знания и практические умения в сферу рекламы и связей с общественностью.

В целях формирования универсальных компетенций в учебный план по образовательной программе включены дисциплины, дающие возможность развить и закрепить способность ориентироваться в современном обществе, в сферах гуманитарного знания и профессиональной деятельности гуманитария: «Логика и критическое мышление», «Основы проектной деятельности», «Психология», «Социальные и политические системы», «Digital Humanities», «Культурные коды современности», «Экономическое и правовое мышление» и другие.

Для формирования междисциплинарного подхода в профессиональной деятельности, овладения методами социогуманитарных наук учебный план предусматривает выбор группы дисциплин, дающих возможность приобретения компетенций в смежной сфере деятельности. Изучая эти дисциплины, студенты реализуют свою индивидуальную образовательную траекторию: «Психология общения и социального взаимодействия», «Историческая антропология», «Управление конфликтами в организациях», «Цифровая фотография», «Теория и практика композиции визуальных систем» и другие.

Освоение дисциплин части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, дает обучающимся возможность глубокого проникновения в коммуникативные проблемы современного общества в разных областях жизнедеятельности. Благодаря изучению таких дисциплин как «Этическое регулирование деятельности в отрасли», «Современная пресс-служба», «Профессиональные коммуникации в сети Интернет», «Социальные аспекты рекламной деятельности», «Основы операторской деятельности» и других формируется необходимая методологическая и теоретическая база, необходимая для овладения навыками специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью на уровне бакалавриата.

В рамках дисциплин части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, также формируется понимание будущими бакалаврами региональной специфики, а также особенностей рекламы и связей с общественностью. Имеющаяся база практик, а также привлечение специалистов-практиков в области рекламы и связей с общественностью из разных сферы позволяет добиться соответствующего качества подготовки бакалавров исходя как из региональной специфики, так и из профиля подготовки.

Знание и понимание основ и механизмов проведения рекламных и PR-кампаний, специфики коммуникативной работы, научных и практических проблем рекламы и связей с общественностью делает

бакалавров данного направления востребованными на рынке труда как экспертов, руководителей и организаторов деятельности в области рекламы и связей с общественностью.

Набор дисциплин обязательной части и части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, спроектирован с учетом запросов работодателей, таких, как рекламные агентства, коммуникативные и PR-агентства, органы государственной и муниципальной власти, силовых структур, крупных предприятия и организаций реального сектора экономики, отделений политических партий и НКО, имеющих в своей структуре рекламные отделы, отделы по связям с общественностью, пресс- и PR-службы и другие аналогичные профильные подразделения. При этом региональная специфика также учитывается как в дисциплинах обязательной части, так и в части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Такие организации как коммуникационное агентство «АГТ-Дальний Восток», РИА «Примамедиа», РИА «Дейта.RU», пресс-служба администрации Приморского края, ООО «Теле2», ОАО «Владмама», ООО «УК «Славда» и другие максимально полно сотрудничают в вопросах реализации данной основной профессиональной образовательной программы и являются потенциальными потребителями выпускников основной профессиональной образовательной программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью». Также они являются базами практик, их рекомендации постоянно учитываются в учебном процессе, что создает благоприятные перспективы для трудоустройства выпускников на постоянной (системной) основе.

Характеристика активных/интерактивных методов и форм организации занятий, электронных образовательных технологий, применяемых при реализации ОПОП

В учебном процессе по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью» предусмотрено широкое применение активных и интерактивных методов и форм проведения занятий. Согласно учебному плану ОПОП с использованием активных и интерактивных методов и форм проводится 30,3 % аудиторных занятий.

Реализация основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» предусматривает использование современных образовательных электронных технологий. Доля дисциплин, переведенных на интегрированную платформу электронного обучения

Blackboard ДВФУ, составляет 10% процентов. Созданы электронные учебные курсы следующих дисциплин:

- «Основы рекламы и связей с общественностью»;
- «Управление брендом в рекламе и связях с общественностью»;
- «Интегрированные коммуникации»;
- и т. д.

Структура и содержание ОПОП

Структура и объем программы *бакалавриата*

Структура программы		Объем программы и ее блоков в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	<u>197</u> з.е.
	Обязательная часть	<u>114</u> з.е.
	Часть ОПОП, формируемая участниками образовательных отношений	<u>83</u> з.е.
Блок 2	Практика	<u>37</u> з.е.
	Обязательная часть	— з.е.
	Часть ОПОП, формируемая участниками образовательных отношений	<u>37</u> з.е.
Блок 3	Государственная итоговая аттестация:	<u>6</u> з.е.
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (<i>при наличии</i>)	— з.е.
	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	<u>6</u> з.е.
Объем программы <i>бакалавриата</i>		<u>240</u> з.е.

К обязательной части ОПОП относятся дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций, а так же профессиональных компетенций, установленных ПООП в качестве обязательных. Формирование универсальных компетенций обеспечивают дисциплины (модули) и практики, включенные в обязательную часть программы и в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, составляет 47,5 процентов общего объема программы.

Особенности организации образовательного процесса по образовательной программе для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ДВФУ реализуется организационная модель инклюзивного образования – обеспечение равного доступа к образованию для всех обучающихся с учетом различных особых образовательных потребностей

и индивидуальных возможностей студентов. Модель позволяет лицам, имеющим ограниченные возможности здоровья (ОВЗ), использовать образование как наиболее эффективный механизм развития личности, повышения своего социального статуса. В целях создания условий по обеспечению инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ОВЗ структурные подразделения Университета выполняют следующие задачи:

- Департамент по работе с абитуриентами организует профориентационную работу среди потенциальных абитуриентов, в том числе среди инвалидов и лиц с ОВЗ: дни открытых дверей, профориентационное тестирование, вебинары для выпускников школ, учебных заведений профессионального образования, консультации для данной категории обучающихся и их родителей по вопросам приема и обучения, готовит рекламно-информационные материалы, организует взаимодействие с образовательными организациями;

- отделы внеучебной работы школ, совместно с департаментом стипендиальных и грантовых программ, осуществляют сопровождение инклюзивного обучения инвалидов, решение вопросов развития и обслуживания информационно-технологической базы инклюзивного обучения, элементов дистанционного обучения инвалидов, создание безбарьерной среды, сбор сведений об инвалидах и лицах с ОВЗ, обеспечивает их систематический учет на этапах их поступления, обучения, трудоустройства;

- Департамент внеучебной работы ДВФУ обеспечивает адаптацию инвалидов и лиц с ОВЗ к условиям и режиму учебной деятельности, проводит мероприятия по созданию социокультурной толерантной среды, необходимой для формирования гражданской, правовой и профессиональной позиции соучастия, готовности всех членов коллектива к общению и сотрудничеству, к способности толерантно воспринимать социальные, личностные и культурные различия.

Содержание высшего образования по образовательным программам и условия организации обучения лиц с ОВЗ определяются адаптированной образовательной программой, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации, которая разрабатывается Федеральным учреждением медико-социальной экспертизы. Адаптированная образовательная программа разрабатывается при наличии заявления

со стороны обучающегося (родителей, законных представителей) и медицинских показаний. Обучение по образовательным программам инвалидов и обучающихся с ОВЗ осуществляется организацией с учетом

особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. Выбор методов обучения в каждом отдельном случае обуславливается целями обучения, содержанием обучения, уровнем профессиональной подготовки педагогов, методического и материально-технического обеспечения, наличием времени на подготовку, с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья обучающихся.

Университет обеспечивает обучающимся лицам с ОВЗ и инвалидам возможность освоения специализированных адаптационных дисциплин, включаемых в вариативную часть ОПОП. Преподаватели, курсы которых требуют выполнения определенных специфических действий и представляющих собой проблему или действие, невыполнимое для обучающихся, испытывающих трудности с передвижением или речью, обязаны учитывать эти особенности и предлагать инвалидам и лицам с ОВЗ альтернативные методы закрепления изучаемого материала. Своевременное информирование преподавателей об инвалидах и лицах с ОВЗ в конкретной группе осуществляется ответственным лицом, установленным приказом директора школы.

В читальных залах научной библиотеки ДВФУ рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видеомонитором с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

При необходимости для инвалидов и лиц с ОВЗ могут разрабатываться индивидуальные учебные планы и индивидуальные графики обучения. Срок получения высшего образования при обучении по индивидуальному учебному плану для инвалидов и лиц с ОВЗ при желании может быть увеличен, но не более чем на год.

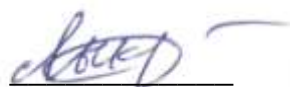
При направлении инвалида и обучающегося с ОВЗ в организацию или предприятие для прохождения предусмотренной учебным планом практики Университет согласовывает с организацией (предприятием) условия и виды труда с учетом рекомендаций Федерального учреждения медико-социальной экспертизы и индивидуальной программы реабилитации инвалида. При необходимости для прохождения практик могут создаваться специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых студентом-инвалидом трудовых функций.

Для осуществления мероприятий текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации инвалидов и лиц с ОВЗ применяются фонды оценочных средств, адаптированные для таких обучающихся

и позволяющие оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе. Форма проведения промежуточной и государственной итоговой аттестации для студентов-инвалидов и лиц с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумажном носителе, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Руководитель ОП

Кандидат технических наук



Лыкова Т.Д.

(Подпись, Ф.И.О.)

Заместитель директора Школы

по учебной и воспитательной работе



Волошина М.А.

(Подпись, Ф.И.О.)

I. Документы, регламентирующие организацию и содержание учебного процесса

1.1 Календарный график учебного процесса

Календарный график учебного процесса по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью» устанавливает последовательность и продолжительность теоретического обучения, экзаменационных сессий, практик, государственной итоговой аттестации, каникул. График разработан в соответствии с требованиями ФГОС ВО 3++ (ОС ВО ДВФУ), рекомендациями примерной ОПОП и составлен по форме, определенной департаментом организации образовательной деятельности, согласован и утвержден вместе с учебным планом.

Календарный график учебного процесса представлен в Приложении 1.

1.2 Учебный план

Учебный план по образовательной программе по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью» составлен в соответствии с требованиями к структуре ОПОП, сформулированными в разделе VI ФГОС ВО 3++ (соответствующем разделе ОС ВО ДВФУ) по направлению подготовки, по форме, определенной департаментом образовательной деятельности и по форме, разработанной Информационно-методическим центром анализа (г. Шахты), одобрен решением Ученого совета вуза, согласован дирекцией школы искусств и гуманитарных наук, департаментом организации образовательной деятельности и утвержден проректором по учебной и воспитательной работе.

В учебном плане указан перечень дисциплин (модулей), практик, аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации обучающихся, других видов 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 (по видам учебных занятий) и самостоятельной работы обучающихся. Для каждой дисциплины (модуля) и практики указана форма промежуточной аттестации обучающихся, а также некоторые формы текущего контроля: курсовые работы, проекты, контрольные работы и т.п.

Содержание учебного плана ОПОП определяется образовательным стандартом, на основании которого реализуется программа.

Учебный план представлен в Приложении 2.

1.3 Сборник аннотаций рабочих программ дисциплин

Сборник аннотаций рабочих программ дисциплин (модулей) представлен в Приложении 3.

1.4 Рабочие программы дисциплин

Рабочие программы разработаны для всех дисциплин (модулей) учебного плана.

В структуру РПД входят следующие разделы:

- титульный лист;
- аннотация;
- структура и содержание теоретической и практической части курса;
- учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся;
- контроль достижения целей курса (фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине; описание оценочных средств для текущего контроля);
- список учебной литературы и информационное обеспечение дисциплины (перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»);
- методические указания по освоению дисциплины;
- перечень информационных технологий и программного обеспечения;
- материально-техническое обеспечение дисциплины.

РПД по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» составлены с учетом последних достижений в области рекламы и связей с общественностью, коммуникационных технологий и массовых коммуникаций и отражают современный уровень развития науки и практики.

Фонды оценочных средств, для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) являются неотъемлемой частью РПД, в которые входят:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;

– перечень контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;

– описание процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

В рабочие программы также включено описание форм текущего контроля по дисциплинам.

Рабочие программы дисциплин (модулей) представлены в Приложении 4.

1.5 Программы практик

Учебным планом ОПОП ДВФУ по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью» предусмотрены следующие виды практик: учебная, производственная, преддипломная.

Учебная практика:

- «Профессионально-ознакомительная практика».

Цель проведения практики:

Приобретение первичных профессиональных знаний студентами.

Подготовка к углубленному рассмотрению специальных, общепрофессиональных дисциплин.

Привитие студентам практических профессиональных навыков по специальности.

Места прохождения практики определяются индивидуальной исследовательской темой бакалавра и включают работу в департаменте, в Учебном телевизионном центре ШИГН ДВФУ, организациях по профилю деятельности.

Учебная практика проводится концентрировано во 2 семестре продолжительностью 4 недели. Общая трудоемкость освоения практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

Производственная практика:

- «Профессионально-творческая практика»

Целью производственной практики (Профессионально-творческая практика) является получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, приобретение умений формулировать

цели и задачи индивидуальной и совместной деятельности, вырабатывать стратегию их реализации в рамках профессиональной области, проводить анализ деятельности в соответствии с направлением подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Производственная практика проводится в департаменте коммуникаций и медиа, в Учебно-телевизионном Центре ШИГН ДВФУ и рекламных агентствах, отделах маркетинга, рекламы, связей с общественностью на предприятиях, в средствах массовой информации (телевидение, радио, журналы, газеты), издательствах, дизайн-студиях и других коммерческих, общественных, государственных и муниципальных организациях:

1) государственные и муниципальные учреждения (УФНС по Приморскому краю, УМВД дел России по Приморскому краю, Администрация Приморского края и г. Владивостока, г. Находки, Уссурийска и т.д.);

2) коммерческие организации (Коммуникационное агентство «АГТ-Дальний Восток», PR-агентство «Бабич и партнеры» и др.);

3) СМИ (РИА «Примамедиа», РИА «Дейта.RU», ГТРК "Владивосток" и др.)

Производственная практика проводится в четвертом семестре в объеме 216 час. (6 зачетных единиц).

- «Организационно-проектная практика»

Целью производственной практики (Организационно-проектная практика) является получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, приобретение умений формулировать цели и задачи индивидуальной и совместной деятельности, вырабатывать стратегию их реализации в рамках профессиональной области, проводить анализ деятельности в соответствии с направлением подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Практика входит в вариативную часть цикла Б2 «Практики» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Практика предусматривается учебным планом на 3 курсе в шестом семестре после прохождения семестровой аттестации в летний период, срок – 2 недели.

- «Научно-исследовательская работа»

Целью производственной практики (научно-исследовательской работы) является формирование навыков самостоятельной научно-исследовательской работы студента, основным результатом которой является написание и успешная защита выпускной квалификационной

работы, и к проведению научных исследований как индивидуально, так и в составе творческого коллектива; умение вырабатывать стратегию реализации научно-исследовательских проектов в профессиональной области, в соответствии с направлением подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Производственная практика входит в цикл Б2 «Практики» (Б2.В.02.03(П)), является обязательным этапом обучения по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и предусматривается учебным планом в 4,5,6,7 семестрах рассредоточено в объеме 13 з.е. (468 часов).

- «Преддипломная практика».

Цель преддипломной практики: подготовить бакалавра к решению практических задач на предприятии (организации) и защите выпускной квалификационной работы.

Преддипломная практика бакалавров является завершающим этапом обучения и проводится для овладения ими первоначальным профессиональным опытом, проверки профессиональной готовности будущего магистра к самостоятельной трудовой деятельности и сбора материалов выпускной квалификационной работы.

Программа практик разработана в соответствии с Положением о практике обучающихся, обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования - программы бакалавриата, программы специалитета и программы магистратуры в школах ДВФУ, утверждённым приказом ректора от 14.05.2018 № 12-13-870 и включает в себя:

- указание вида, типа практики, способа и формы (форм) её проведения;
- перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
- указание места практики в структуре образовательной программы;
- указание объёма практики в зачетных единицах и её продолжительности в неделях либо в академических или астрономических часах;
- содержание практики;
- указание форм отчётности 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.

Программы практик и сопутствующие документы (*договоры с работодателями, подробное описание базы практик и т.п.*) представлены в Приложении 5.

1.6 Программа государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация выпускника ДВФУ по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью» является обязательной и осуществляется после освоения основной профессиональной образовательной программы в полном объеме.

Государственная итоговая аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы. Перечень конкретных форм ГИА по реализуемым ОП ВО ежегодно утверждается Ученым советом ДВФУ по представлению ученых советов школ (советов филиалов).

Программа государственной итоговой аттестации разработана в соответствии с Положением о государственной итоговой аттестации, утвержденной приказом ректора «О введении в действие Положения об итоговой государственной аттестации по ОП ВО» от 24.05.2019 № 12-13-1039.

Программа государственной итоговой аттестации включает в себя фонд оценочных средств для государственной итоговой аттестации, а также определяет требования к содержанию, объему и структуре выпускных квалификационных работ.

Фонд оценочных средств для государственной итоговой аттестации включает в себя:

- перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы;
- описание индикаторов достижения компетенций, шкалу оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы;

– методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

Программа государственной итоговой аттестации представлена в Приложении 6.

2. Фактическое ресурсное обеспечение реализации ОПОП

2.1 Сведения о кадровом обеспечении ОПОП

Требования к кадровому обеспечению ОПОП определены в соответствии с ФГОС ВО 3++ по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью».

Реализация ОПОП обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю читаемых дисциплин, и систематически занимающихся научной и научно-исследовательской деятельностью, повышающих свою квалификацию.

Доля штатных научно-педагогических работников (в процентах) – 78,2%.

Доля научно-педагогических работников (в процентах), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины – 100% .

Доля научно-педагогических работников (в процентах), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание – 72,6%.

Доля работников (в процентах) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) – 8,5%.

Сведения о кадровом обеспечении образовательной программы включают в себя информацию о преподавателях, реализующих дисциплины (модули) в соответствии с учебным планом, представлены в виде таблицы в Приложении 7.

2.2 Сведения о наличии печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов по ОПОП

Требования к обеспеченности ОПОП учебно-методической документацией определены в соответствии с ФГОС ВО 3++.

Библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам, изданным за последние 15 лет, (для дисциплин базовой части социального и гуманитарного цикла – за последние 5 лет соответственно), из расчета не менее 25 экземпляров на 100 каждого обучающихся.

Все издания основной литературы доступны обучающимся в библиотеке ДВФУ, а также в электронно-библиотечных системах, сформированных на основании прямых договорных отношений с правообладателями.

Фонд дополнительной литературы включает официальные, справочно-библиографические и периодические издания из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в РПД дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Каждому обучающемуся предоставлена возможность доступа к ресурсам и литературе посредством сети Интернет, включая доступ в электронные читальные залы.

Сведения о наличии печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов, необходимых для обеспечения учебного процесса, представлены в виде таблицы в Приложении 8.

2.3 Сведения о материально-техническом обеспечении ОПОП

Требования к материально-техническому обеспечению ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью» определены в соответствии с ФГОС ВО 3++.

Вуз располагает соответствующей материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех типов подготовки студентов, в том числе практических и научно-исследовательских работ, которое предусмотрено учебным планом и действующими санитарными и противопожарными правилами и нормами.

Так, образовательный процесс студентов по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» полностью обеспечен:

- лекционными аудиториями с презентационным и проекционным оборудованием;
- компьютерными классами с соответствующим лицензионным программным обеспечением;
- специализированными аудиториями, оснащенными специализированным оборудованием (учебно-телевизионная студия).

Персональные компьютеры в учебных аудиториях объединены во внутренние сети школы и вуза. Обеспечена возможность беспроводного доступа в сеть Интернет и внутренние сети вуза посредством современных гаджетов.

Сведения о материально-техническом обеспечении ОПОП, включая информацию о наличии оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий и самостоятельной работы обучающихся

с перечнем основного оборудования, объектов физической культуры и спорта, программного обеспечения представлены в виде таблицы в Приложении 9.

2.4 Сведения о результатах научной деятельности преподавателей

Требования к организации и проведению научных исследований в рамках реализуемой ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью» определены в соответствии с ФГОС ВО 3++.

В рамках работы преподаватели, осуществляющие подготовку студентов, готовят научные статьи по теме исследования, участвуют в научных конференциях и иных профильных мероприятиях. Также преподавательский состав принимает участие в грантовой деятельности, аналитических исследованиях по теме собственных научных интересов и направления развития департамента.

Сведения о результатах научной деятельности преподавателей включают в себя информацию об изданных штатными преподавателями за последние 3 года учебниках и учебных пособиях, монографиях, научных публикациях, разработках и объектах интеллектуальной собственности, НИР и ОКР и представлены в виде таблицы в Приложении 10.

2.5 Финансовые условия реализации образовательной программы

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством образования и науки Российской Федерации.

2.6. Условия применения механизма оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по данной программе определяется в рамках системы внутренней и внешней оценки.

В целях совершенствования образовательной программы проводится внутренняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся с привлечением работодателей и их объединений. Также в рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по образовательной программе осуществляется в рамках процедуры государственной аккредитации с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по ОПОП требованиям ФГОС ВО 3 ++ с учетом соответствующей ПООП. Внешняя оценка осуществляется в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, соответствия требованиям профессиональных стандартов, требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

Руководитель ОП к.т.н. Т.Д.Лыкова
Уч. степень, уч. звание, Ф.И.О.


(подпись)

ОПОП ВО СОГЛАСОВАНА:

Зам. директора ШИГН
по учебной и воспитательной работе

М.А. Волошина


(Ф.И.О., подпись)

Директор департамента
организации образовательной
деятельности

П.В. Кузьмин

