

Аннотация
Основной профессиональной образовательной программы
по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль «Реклама и связи с общественностью»
год начала реализации 2022

1. 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, представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки высшего образования (ФГОС ВО).

Направленность ОПОП ориентирована на:

- области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности выпускников:

– Об связь, информационные и коммуникационные технологии;

типы задач профессиональной деятельности выпускников:

– технологический;

– авторский;

– проектный;

– маркетинговый;

– организационный.

- на объекты профессиональной деятельности выпускников или области знания (при необходимости): 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.

Направленность программы определяет предметно-тематическое содержание, преобладающие виды учебной деятельности обучающегося и требования к результатам освоения ОПОП. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: бакалавр.

ОПОП представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-

педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде общей характеристики основной профессиональной образовательной программы, учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), практик, программы ГИА, включающих оценочные средства и методические материалы, сведения о фактическом ресурсном обеспечении образовательного процесса, а также рабочую программу воспитания, календарный план воспитательной работы (для программ бакалавриата и специалитета).

2. Нормативная база для разработки ОПОП

Нормативную правовую базу разработки ОПОП составляют:

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;
- приказ от 06.04.2021 № 245 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- приказ Минобрнауки России от 19.11.2013 № 1258 (ред. от 17.08.2020) «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам ординатуры»;
- приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 23.08.2017 № 816 «Порядок применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;
- приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.06.2015 № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- приказ Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 № 885/390 «О практической подготовке обучающихся»;
- профессиональные стандарты, утвержденные приказами Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации;

- приказ Рособрнадзора от 14.08.2020 № 831 «Об утверждении Требований к структуре официального сайта образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и формату представления информации» (зарегистрировано в Минюсте России 12.11.2020 № 60867);

- приказ Минобрнауки России № 882, Минпросвещения России № 391 от 05.08.2020 «Об организации и осуществлении образовательной деятельности при сетевой форме реализации образовательных программ» (вместе с Порядком организации и осуществления образовательной деятельности при сетевой форме реализации образовательных программ);

- нормативные документы Министерства науки и высшего образования Российской Федерации (Министерства образования и науки Российской Федерации), Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки;

- Устав и локальные нормативные акты и документы ДВФУ.

3. Термины, определения, обозначения, сокращения

ВО – высшее образование;

ВСП – выпускающее структурное подразделение;

ГИА – государственная итоговая аттестация;

ДОТ – дистанционные образовательные технологии;

ОВЗ – ограниченные возможности здоровья;

ОПК – общепрофессиональные компетенции;

ОПОП (ОП) – основная профессиональная образовательная программа;

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

ОТФ – обобщенная трудовая функция;

ПК – профессиональные компетенции;

ПООП – примерная основная образовательная программа;

ПСК – профессионально-специализированные компетенции;

РПД – рабочая программа дисциплины.

СПК – специальные профессиональные компетенции;

УК – универсальные компетенции;

УПК – универсальные профессиональные компетенции;

ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования.

4. Цели и задачи основной профессиональной образовательной программы

Цели, задачи и стратегия развития ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью» вытекают из миссии ДВФУ: образованием и просвещением, приумножением научных знаний и созданием новых технологий способствовать взаимопониманию и сотрудничеству стран Азиатско-Тихоокеанского региона, их социальному и культурному процветанию, развитию молодого человека.

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.

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

- авторский;
- технологический;
- проектный;
- организационный;
- маркетинговый.

5. Трудоемкость ОПОП по направлению подготовки

Нормативный срок освоения ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью» составляет 4 года по очной форме обучения.

Общая трудоемкость освоения основной образовательной программы составляет 240 зачетных единиц (далее з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации

программы с использованием сетевой формы, реализации программы магистратуры по индивидуальному учебному плану.

Объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год, составляет не более 60 з.е. вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы с использованием сетевой формы, реализации программы магистратуры по индивидуальному учебному плану (за исключением ускоренного обучения).

6. Области профессиональной деятельности

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата (специалитета, магистратуры), могут осуществлять профессиональную деятельность:

- 06 связь, информационные и коммуникационные технологии.

7. Объекты профессиональной деятельности

Объекты профессиональной деятельности выпускников или область (области) знания: 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.

<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>
06 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 средствами массовой

<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>
	Авторский	Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта учетом специфики разных	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой
	Организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой
	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 средствами массовой
	Технологический	Участие в производственном текст рекламы и связей с общественностью и процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам

Перечень профессиональных стандартов:

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта
06. Связь, информационные и коммуникационные технологии		
1.	06.009	Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской

		Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973)
2.	06.013	Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 сентября 2014 г. № 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный № 34136)

Перечень обобщенных трудовых функций (ОТФ), соответствующих профессиональной деятельности на основе установленных профессиональным стандартом для ОТФ уровня квалификации и требования раздела «Требования к образованию к обучению».

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	Уровень (подуровень) квалификации
06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	6
				Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	В/04.6	6
06.013 Специалист по информационным ресурсам	С	Управление (менеджмент) информационным и ресурсами	6	Организация работ по созданию и редактированию контента	С/01.6	6
				Управление информацией из различных источников	С/02.6	6
				Контроль за наполнением сайта	С/03.6	6
				Локальные изменения	С/04.6	6

				структуры сайта		
				Анализ информационных потребностей посетителей сайта	C/05.6	6
				Подготовка отчетности по сайту	C/06.6	6
				Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	C/07.6	6

ОПОП реализуется:

- самостоятельно;
- с частичным применением электронного обучения (далее – ЭО) и (или) с частичным применением дистанционных образовательных технологий;
- на государственном и языке.

8. 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	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 Выявляет проблему, осуществляет поиск информации, анализирует и интерпретирует ее на основании методов логики и критического мышления для решения поставленных задач в рамках системного подхода..
		УК-1.2 Осуществляет синтез полученной информации на основании принципов логики, критического подхода и системной организации данных
		УК-1.3 Формирует обоснованную и логически последовательную позицию, аргументирует свою точку зрения на основе системного подхода и критического анализа, предлагает возможные варианты решения поставленной задачи с учетом возможной критики и ограничений

		<p>УК-1.4 Выявляет проблему, осуществляет поиск информации, анализирует и интерпретирует ее на основании методов логики и критического мышления для решения поставленных задач в рамках системного подхода с учетом принципов современных цифровых технологий и сервисов</p>
		<p>УК-1.5 Осуществляет синтез полученной информации на основании принципов логики, критического подхода и системной организации данных с учетом принципов современных цифровых технологий и сервисов</p>
		<p>УК-1.6 Формирует обоснованную и логически последовательную позицию, аргументирует свою точку зрения на основе системного подхода и критического анализа, предлагает возможные варианты решения поставленной задачи с учетом возможной критики и ограничений с учетом принципов современных цифровых технологий и сервисов</p>
		<p>УК-1.7 Выявляет проблему, осуществляет поиск информации, в том числе и междисциплинарного характера, интерпретирует ее для решения поставленных задач</p>
		<p>УК-1.8 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для 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 Выявляет и классифицирует задачи, решение которых необходимо для достижения поставленной научной цели, устанавливает приоритеты и ограничения в их решении</p> <p>УК-2.2 Осуществляет выбор оптимальных способов решения поставленных задач, учитывая контекст ситуации, норм научного дискурса и действующих правовых норм</p> <p>УК-2.3 Формирует последовательную стратегию реализации способов и применения средств в решении поставленных научных задач</p> <p>УК-2.4 Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач</p>

		<p>УК-2.5 Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования</p> <p>УК-2.6 Выбирает и предлагает оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>УК-3.1 Формулирует основные принципы эффективного взаимодействия и правила командообразования; распределяет роли в командной работе</p> <p>УК-3.2 Определяет подходящую стратегию поведения для достижения поставленной цели и занимает позицию лидера; планирует процесс совместного взаимодействия</p> <p>УК-3.3 Устанавливает контакт и организует взаимодействие с другими членами команды для достижения поставленной задачи; анализирует достоинства и недостатки совместной работы</p> <p>УК-3.4 Осуществляет социальное взаимодействие с членами команды, соблюдая установленные нормы и правила командной работы</p> <p>УК-3.5 Несет личную ответственность за результат командной работы</p> <p>УК-3.6 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды</p> <p>УК-3.7 Оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели</p>
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p>УК-4.1 Способность использовать изученные лексические единицы в ситуациях повседневного-бытового, социально-культурного и делового общения на английском языке</p> <p>УК-4.2 Способность распознавать и употреблять изученные грамматические категории и конструкции для осуществления межкультурного общения на английском языке</p> <p>УК-4.3 Способность строить высказывания, применяя изученные лексико-грамматические единицы в соответствии с правилами английского языка</p> <p>УК-4.4 Умение составлять и представлять в письменной форме в соответствии с требованиями к оформлению официально-деловые и академические тексты на русском языке: реферат, аннотацию, эссе, резюме, заявление, деловое письмо</p>

		УК-4.5 Способность на основе полученных знаний и умений участвовать в дискуссии, создавать и представлять аудитории публичные устные выступления разных жанров
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Анализирует современное состояние общества на основе научного исторического знания
		УК-5.2 Объясняет особенности культурного многообразия общества в соответствии с научным историческим знанием
		УК-5.3 Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия в историческом контексте
		УК-5.4 Воспринимает межкультурное разнообразие общества и особенности взаимодействия в нем в социально-историческом, этическом и философском контекстах
		УК-5.5 Осуществляет межкультурное взаимодействие с помощью общих и специальных философских методов построения межкультурной коммуникации с учетом поставленных целей деятельности
		УК-5.6 Формирует и поддерживает способы интеграции участников межкультурного взаимодействия с учетом оснований их различий и общности, этического и философского контекстов
		УК-5.7 Формирует системное представление о развитии основных исторических этапов и стилевых тенденциях мировой культуры и искусства
		УК-5.8 Понимает культуру как комплекс знаков и кодов, позволяющих выявлять и определять межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Формулирует основные принципы самоорганизации и саморазвития; выделяет основные этапы своей образовательной деятельности
		УК-6.2 Планирует собственное время; определяет стратегические, тактические и оперативные задачи; создает программу образовательной деятельности
		УК-6.3 Проектирует траекторию личностного и профессионального развития
		УК-6.4 Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей

Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1 Понимает роль физической культуры и спорта в современном обществе, в жизни человека, подготовке его к социальной и профессиональной деятельности, значение физкультурно-спортивной активности в структуре здорового образа жизни и особенности планирования оптимального двигательного режима с учетом условий будущей профессиональной деятельности
		УК-7.2 Использует методику самоконтроля для определения уровня здоровья и физической подготовленности в соответствии с нормативными требованиями и условиями будущей профессиональной деятельности
		УК-7.3 Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, регулярно занимаясь физическими упражнениями
Безопасность жизнедеятельности	УК-8 Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций/Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1 Идентифицирует опасные и вредные факторы, прогнозируя возможные последствия их воздействия в повседневной жизни, в производственной деятельности, в условиях чрезвычайных ситуаций
		УК-8.2 Предлагает средства и методы профилактики опасностей и поддержания безопасных условий жизнедеятельности для сохранения природной среды и обеспечения устойчивого развития общества
		УК-8.3 Разрабатывает мероприятия по защите населения и персонала в условиях реализации опасностей, в том числе и при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития
		УК-9.2 Принимает обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Гражданская позиция	УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-10.1 Соблюдает правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции
		УК-10.2 Осуществляет социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их

достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций (при наличии)	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Индикаторы достижения 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. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет 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 знаковых
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует 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
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	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Технологии	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение

	информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Код и наименование профессиональной компетенции	Код ПС (при наличии ПС) или ссылка на иные основания	Код трудовой функции (при наличии ПС)	Индикаторы достижения компетенции
Тип задач профессиональной деятельности: организационный			
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-2. Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-2.1. Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде ПК-2.2. Составляет и реализует стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети интернет ПК-2.3. Осуществляет надлежащий контроль при реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет
ПК-3. Способен к формированию и обоснованию бюджета продвижения коммуникационного продукта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-3.1. Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывает необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика ПК-3.2. Проводит анализ экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определяет основные направления расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием

			системы показателей эффективности продвижения
Тип задач профессиональной деятельности: авторский			
ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-4.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПК-4.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ПК-4.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый			
ПК-5. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-5.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПК-5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
ПК-6. Способен проводить маркетинговые и социологические исследования	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-6.1. Определяет необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывает и проводит маркетинговое и социологическое исследования; отбирает методы исследований, разрабатывает его инструментарий. ПК-6.2. Обосновывает необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований; готовит, осуществляет полевые работы, обосновывает методы сбора и обработки данных в социологическом исследовании
Тип задач профессиональной деятельности: технологический			
ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-7.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде ПК-7.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде. ПК-7.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в

			работе с различными целевыми группами ПК-7.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций ПК-7.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
Тип задач профессиональной деятельности: проектный			
ПК-8. Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам		ПК-8.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-8.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-8.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

9. 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 коммуникационных 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 базовых дисциплин учебного плана по данному направлению подготовки бакалавров, в числе которых: Основы теории коммуникаций, Теория и практика рекламы, Теория и практика связей с общественностью, Интегрированные коммуникаций, Организация и проведение коммуникационных кампаний, Копирайтинг и спичрайтинг, – 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.

Изучение 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 Современная пресс-служба, Социология массовых коммуникаций, Событийные коммуникации, Медиапланирование в рекламе и связях с общественностью 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 рекламное агентство «ДВ Регион», Kokovikhin Digital, Eddison, KRS, New Tone, маркетинговое агентство INK, DVIGA, информационное агентство «ПримаМедиа», DEITA, продюсерский центр «Фаза», студия веб-дизайна «Мега Контекст» 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.

10. Структура и содержание ОПОП

Структура и объем программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Структура программы		Объем программы и ее блоков в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	198 з.е.
	Обязательная часть	140 з.е.
	Часть ОПОП, формируемая участниками образовательных отношений	58 з.е.
Блок 2	Практика	33 з.е.
	Обязательная часть	6 з.е.
	Часть ОПОП, формируемая участниками образовательных отношений	27 з.е.
Блок 3	Государственная итоговая аттестация:	9 з.е.
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (<i>при наличии</i>)	3 з.е.
	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	6 з.е.
Объем программы бакалавриата		240 з.е.

Дисциплины (модули), практики обязательной части обеспечивают формирование у обучающихся необходимых общепрофессиональных компетенций, а также универсальных и профессиональных (при наличии).

К дисциплинам (модулям), практикам обязательной части относятся:

Б1.О.01 Иностранный язык

Б1.О.02 Риторика и академическое письмо

Б1.О.03 История

Б1.О.04 Философия

Б1.О.05 Безопасность жизнедеятельности

Б1.О.06 Физическая культура и спорт

Б1.О.07 Логика и критическое мышление

Б1.О.08 Психология

Б1.О.09 Педагогика и образовательные технологии

Б1.О.10 Социальные и политические системы

Б1.О.11 Экономическое и правовое мышление

- Б1.О.12 Digital Humanities
- Б1.О.13 Культурные коды современности
- Б1.О.14 Классические языки и научный дискурс
- Б1.О.15 Проектная деятельность
- Б1.О.15.01 Основы проектной деятельности
- Б1.О.16 Введение в цифровые коммуникации
- Б1.О.17 Организация и проведение коммуникационных кампаний
- Б1.О.18 Теория и практика рекламы
- Б1.О.19 Теория и практика связей с общественностью
- Б1.О.20 Основы теории коммуникации
- Б1.О.21 Инструменты и методы в коммуникационных исследованиях
- Б1.О.22 Основы дизайна в рекламе и связях с общественностью
- Б1.О.23 Основы сценарного мастерства
- Б1.О.24 Создание и литературное редактирование медиатекста
- Б1.О.25 Работа с текстом в профессиональной сфере
- Б1.О.26 Правовые и этические вопросы в рекламе и связях с общественностью
- Б1.О.27 Новейшие технологии в рекламе и связях с общественностью
- Б1.О.28 Интегрированные коммуникации
- Б1.О.29 Медиакоммуникации: теория и практика
- Б1.О.30 Менеджмент в рекламе и связях с общественностью
- Б1.О.31 Внутрикorporативные коммуникации
- Б1.О.32 Организационные основы деятельности отделов рекламы и связей с общественностью
- Б1.О.33 Психология массовых коммуникаций
- Б1.О.34 Прикладные исследования в рекламе и связях с общественностью
- Б1.О.35 Антикризисные связи с общественностью
- Б1.О.36 Копирайтинг и спичрайтинг
- Б1.О.37 Медиаэкономика
- Б1.О.ДВ.01 Современные проблемы гуманитарных наук 1
- Б1.О.ДВ.01.01 Западная философия: история и современность
- Б1.О.ДВ.01.02 Педагогическая деятельность и личность педагога
- Б1.О.ДВ.01.03 Спортивный и оздоровительный массаж
- Б1.О.ДВ.01.04 Историческая антропология
- Б1.О.ДВ.01.05 Христианство и культура
- Б1.О.ДВ.01.06 Управление конфликтами в организациях
- Б1.О.ДВ.01.07 Социология рисков и социальных вызовов
- Б1.О.ДВ.01.08 Цифровая фотография

- Б1.О.ДВ.01.09 Психология общения и социального взаимодействия
- Б1.О.ДВ.02 Современные проблемы гуманитарных наук 2
 - Б1.О.ДВ.02.01 Восточная философия: основные идеи и концепты
 - Б1.О.ДВ.02.02 Теории и технологии обучения
 - Б1.О.ДВ.02.03 Фитнес-индустрия
 - Б1.О.ДВ.02.04 История Дальнего Востока России
 - Б1.О.ДВ.02.05 Религиозные традиции Востока
 - Б1.О.ДВ.02.06 Медиация как способ урегулирования конфликтов
 - Б1.О.ДВ.02.07 Социология социальных сетей
 - Б1.О.ДВ.02.08 Основы 3D моделирования
 - Б1.О.ДВ.02.09 Психология творчества и интеллекта
- Б1.О.ДВ.03 Современные проблемы гуманитарных наук 3
 - Б1.О.ДВ.03.01 Ценностные основания современной цивилизации
 - Б1.О.ДВ.03.02 Теории и технологии воспитания
 - Б1.О.ДВ.03.03 Спортивное питание и диетология
 - Б1.О.ДВ.03.04 История стран Дальнего Востока (Япония, Китай, Корея)
 - Б1.О.ДВ.03.05 Ислам: история и современность
 - Б1.О.ДВ.03.06 Конфликты в мультикультурной среде
 - Б1.О.ДВ.03.07 Социология девиантного поведения
 - Б1.О.ДВ.03.08 Теория и практика композиции визуальных систем
 - Б1.О.ДВ.03.09 Психология стресса
- Б1.О.ДВ.04 Современные проблемы гуманитарных наук 4
 - Б1.О.ДВ.04.01 Философско-антропологическое обоснование человека
 - Б1.О.ДВ.04.02 Педагогическое мастерство
 - Б1.О.ДВ.04.03 Персональная спортивная тренировка
 - Б1.О.ДВ.04.04 Социокультурная антропология стран Азиатско-Тихоокеанского региона
 - Б1.О.ДВ.04.05 Современные нетрадиционные религиозные движения
 - Б1.О.ДВ.04.06 Социальные конфликты в современной России
 - Б1.О.ДВ.04.07 Социология моды и потребления
 - Б1.О.ДВ.04.08 Общий курс цветоведения и колористики
 - Б1.О.ДВ.04.09 Психологические методы управления групповыми процессами и оценки персонала
- Б1.О.ДВ.05 Современные проблемы гуманитарных наук 5
 - Б1.О.ДВ.05.01 Философия мифа
 - Б1.О.ДВ.05.02 Тьюторство в образовании (сопровождение)
 - Б1.О.ДВ.05.03 Адаптивное физическое воспитание
 - Б1.О.ДВ.05.04 Этнокультурная история Дальнего Востока России

- Б1.О.ДВ.05.05 Религия в современном мире
- Б1.О.ДВ.05.06 Профилактика семейных конфликтов
- Б1.О.ДВ.05.07 Гендерный анализ современного общества
- Б1.О.ДВ.05.08 Искусство стран Азиатско-Тихоокеанского региона
- Б1.О.ДВ.05.09 Этническая психология
- Б1.О.ДВ.06 Современные проблемы гуманитарных наук 6
- Б1.О.ДВ.06.01 Философия повседневности
- Б1.О.ДВ.06.02 Менеджмент в образовании
- Б1.О.ДВ.06.03 Физическая реабилитация
- Б1.О.ДВ.06.04 Коренные народы в Азиатско-Тихоокеанском регионе:

кейс Японии

- Б1.О.ДВ.06.05 Агиография и иконография в православной культуре
- Б1.О.ДВ.06.06 Межличностные конфликты
- Б1.О.ДВ.06.07 Человек и общество в процессе глобализации
- Б1.О.ДВ.06.08 Современное визуальное и пространственное искусство
- Б1.О.ДВ.06.09 Психология воздействия

Б2.О.01(У) Учебная практика. Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)

Б2.О.02(П) Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика

Дисциплины (модули), практики части, формируемой участниками образовательных отношений, обеспечивают формирование у обучающихся универсальных и профессиональных компетенций.

К дисциплинам (модулям), практикам части, формируемой участниками образовательных отношений, относятся:

- Б1.В.01 Элективные курсы по физической культуре и спорту
- Б1.В.02 Социология массовых коммуникаций
- Б1.В.03 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в связях

с общественностью

- Б1.В.04 Создание видеоконтента в рекламе и связях с общественностью
- Б1.В.05 Имиджмейкинг
- Б1.В.06 Брендинг
- Б1.В.07 Медиапланирование в рекламе и связях с общественностью
- Б1.В.08 Конгрессно-выставочная деятельность
- Б1.В.09 Политические коммуникации
- Б1.В.10 Медиарилейшнз и технологии конструирования контента
- Б1.В.11 Событийные коммуникации
- Б1.В.12 Современная пресс-служба
- Б1.В.13 Визуальный мерчендайзинг

- Б1.В.14 SMM-технологии в рекламе и связях с общественностью
- Б1.В.ДВ.01.01 GR и лоббизм. Искусство влияния
- Б1.В.ДВ.01.02 Политическая реклама
- Б1.В.ДВ.02.01 Технологии управления общественным мнением
- Б1.В.ДВ.02.02 Научные коммуникации
- Б1.В.ДВ.03.01 Практическая визуализация смыслов
- Б1.В.ДВ.03.02 Территориальный брендинг
- Б1.В.ДВ.04.01 Медиаландшафт и медиапотребление
- Б1.В.ДВ.04.02 Социальная реклама
- Б2.В.01(У) Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика
- Б2.В.02(П) Производственная практика. Научно-исследовательская работа
- Б2.В.03(П) Производственная практика. Преддипломная практика
- ФТД.В.01 Деловые коммуникации
- ФТД.В.02 Коммуникационный менеджмент

ОП обеспечивает реализацию дисциплины по физической культуре и спорту в объеме 2 з.е. в рамках Блока 1 «Дисциплины (модули)» и реализацию дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» в объеме 328 академических часов, которые являются обязательными для освоения.

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, составляет 63,2 процента общего объема программы.

Руководитель ОП
Канд. полит. наук, доцент



Н.А. Аргылов