

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ашмарина Светлана Игоревна

Должность: Ректор ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 22.06.2021 11:00:37

Уникальный программный ключ:

59650034d6e3a6baac49b7bd0f8e79fea1433ff3e82f1fc7e9279a031181baba

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**

САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДЕНО
Ученым советом ФГБОУ ВО «СГЭУ»
(протокол № 14 от 31 марта 2021 г.)



ректор С.И. Ашмарина

С ИЗМЕНЕНИЯМИ И ДОПОЛНЕНИЯМИ
(ПРОТОКОЛ № 18 ОТ 28 МАЯ 2021 Г.)

**Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования**

**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Уровень высшего образования
Бакалавриат**

Образовательная программа: «Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения - заочная

САМАРА 2021

Содержание

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Реклама и связи с общественностью»
- 1.2. Нормативные документы
- 1.3. Перечень сокращений

Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОПОП ВО «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

- 2.1. Миссия, цели и задачи ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью»
- 2.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы
- 2.3. Объем программы
- 2.4. Формы обучения
- 2.5. Срок получения образования
- 2.6. Требования к поступающим
- 2.7. Языки, на которых осуществляется обучение

Раздел 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ОПОП ВО «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

- 3.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников
- 3.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО
- 3.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

- 4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами и практиками обязательной части
 - 4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
 - 4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
 - 4.1.3. Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
- 4.2. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения, самостоятельно определяемые университетом

Раздел 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОПОП ВО «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

- 5.1. Структура и объем ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью»
- 5.2. Учебный план ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью»
- 5.3. Календарный учебный график ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью»
- 5.4. Рабочие программы дисциплин (модулей) ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью»
- 5.5. Программы практик, аннотации ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью»
- 5.6. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
- 5.7. Государственная итоговая аттестация
- 5.8. Другие методические материалы ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью»

Раздел 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП ВО «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Раздел 7. ПРОГРАММА ВОСПИТАНИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ И КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Раздел 8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Раздел 9. МЕХАНИЗМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОПОП ВО «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Раздел 10. РЕГЛАМЕНТ ПО ПРОЕКТИРОВАНИЮ, РЕАЛИЗАЦИИ И ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ (АКТУАЛИЗАЦИИ) ОПОП ВО «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ

Приложения

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Реклама и связи с общественностью»

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее – ОПОП ВО) программа бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин, рабочих программ учебной и производственной практики, фондов оценочных средств, иных компонентов.

ОПОП ВО отражает компетентностно-квалификационную характеристику выпускника, содержание и организацию образовательного процесса и государственной итоговой аттестации выпускников. ОПОП ВО содержит характеристику профессиональной деятельности выпускников и общую характеристику образовательной программы, планируемые результаты освоения образовательной программы, ее структуру и содержание, условия реализации, характеристику социально-культурной среды вуза, особенности организации образовательной деятельности для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и регламент по проектированию, реализации и организации периодического обновления (актуализации) ОПОП ВО.

ОПОП разработана и утверждена с учетом требований современного рынка труда на основе 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.

1.2. Нормативные документы

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. №512.
- Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 г. № 366н;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 года № 301 (далее – Порядок организации образовательной деятельности);
- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. №636;
- Положение о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Министерства науки и высшего образования РФ № 885 и приказом Министерства просвещения РФ № 390 от 5 августа 2020г.;
- Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарский государственный экономический университет», утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 4 марта 2021г. № 159;
- Иные нормативно-методические документы Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, Министерства просвещения Российской Федерации и локальные нормативные акты университета.

1.3. Перечень сокращений

- ЕКС – единый квалификационный справочник
- з.е. – зачетная единица
- ОПОП ВО – основная профессиональная образовательная программа высшего

образования

- ОТФ – обобщенная трудовая функция
- ОПК – общепрофессиональные компетенции
- ПК – профессиональные компетенции
- ПКР – рекомендуемые профессиональные компетенции
- ПК УВ – профессиональные компетенции, самостоятельно определяемые университетом
- ПООП – примерная основная образовательная программа
- ИДК – индикаторы достижения компетенций
- ПС – профессиональный стандарт
- УГСН – укрупненная группа направлений и специальностей
- УК – универсальные компетенции
- ФЗ – Федеральный закон
- ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования
- ПД – профессиональная деятельность
- ИС – информационная система
- ФГБОУ ВО «СГЭУ» - федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный экономический университет»
- ФГАОУ ВО «СГЭУ» - федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный экономический университет»

Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОПОП ВО «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

2.1. Миссия, цели и задачи ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью»

Цель (миссия) ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью» состоит в формировании у студентов таких личностных качеств как ответственность, гражданственность, толерантность, патриотизм, стремление к развитию своего творческого потенциала, понимание своей роли в социально-экономическом развитии страны и региона, необходимости постоянного совершенствования своих профессиональных знаний с учетом динамичных изменений, происходящих в современной мировой экономике, умение критически и объективно оценивать уровень своей подготовки, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью с учетом профильной направленности реализуемых образовательных программ бакалавриата и потребностей рынка труда.

Студенты исследуют основные направления развития российской и мировой экономики, приобретают навыки анализа национальной хозяйственной системы на разных уровнях управления, осваивают основные инструменты государственного регулирования экономики, а также получают навыки ведения бизнеса.

Выпускник, освоивший ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью», готов решать следующие **задачи**:

в области воспитания:

- развить способность к использованию творческого потенциала, готовность к саморазвитию, самореализации;
- сформировать способность к коммуникациям с учетом этических, профессиональных норм и культурных различий;

в области обучения:

- сформировать способность проведения исследований в области рекламы и связей с общественностью с применением передовых, в том числе информационных технологий;
- сформировать компетенции необходимые для принятия организационно-управленческих решений в сфере рекламы и связей с общественностью, осуществляемых на основе самостоятельно разработанных планов.

- подготовить специалистов, обладающих необходимыми компетенциями, сформированными с учетом этических норм для развития отечественной и международной сферы рекламы и связей с общественностью.

2.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: бакалавр

2.3. Объем программы

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (далее - з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану.

Объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 з.е. вне зависимости от формы обучения, а при ускоренном обучении - не более 80 з.е.

2.4. Формы обучения

Обучение по программе бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» осуществляется в заочной форме обучения.

При реализации программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» Университет вправе применять электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Реализация программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий не допускается.

2.5. Срок получения образования

Срок получения образования в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, составляет 4 года.

В заочной форме обучения, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, срок обучения составляет 4 года 6 месяцев.

При обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ срок получения образования может быть увеличен по их заявлению не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

2.6. Требования к поступающим

К освоению программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» допускаются лица, имеющие среднее общее образование.

2.7. Языки, на которых осуществляется обучение

Образовательная деятельность по программе бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» осуществляется на государственном языке Российской Федерации – русском языке.

Раздел 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ОПОП ВО «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

3.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Области профессиональной деятельности, в которых выпускники образовательной программы «Реклама и связи с общественностью» могут осуществлять профессиональную деятельность:

— сфера рекламы и связей с общественностью.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

Типы задач профессиональной деятельности выпускников

Выпускники образовательной программы «Реклама и связи с общественностью» готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- маркетинговый;
- организационный.

Перечень основных объектов (или областей знания) профессиональной деятельности выпускников:

- 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.

3.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС

Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, приведен в Приложении 1. Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника данной программы представлен в Приложении 2.

3.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
Сфера рекламы и связей с общественностью	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 информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	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.

Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами и практиками обязательной части

4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи; Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.</p> <p>УК-1.2. Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки.</p> <p>УК-1.3. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи; Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.</p> <p>Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки.</p>
Разработка и реализация проектов	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>УК-2.1. Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач</p> <p>УК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>УК-2.3. Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач.</p> <p>Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и 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. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде</p> <p>УК-3.2. Эффективно взаимодействует с другими</p>

		<p>членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентацией результатов команд УК-3.3.</p> <p>Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде.</p> <p>Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентацией результатов команд.</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. Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения</p> <p>УК-4.2. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках.</p> <p>УК-4.3. Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения.</p> <p>Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках.</p>
Межкультурное взаимодействие	<p>УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>УК-5.1. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения.</p> <p>УК-5.2. Умеет недискриминационно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции</p>

		<p>УК-5.3. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения. Умеет недискриминационно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.</p>
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	<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. Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда. УК-6.2. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата УК-6.3. Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.</p>
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	<p>УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>УК-7.1. Основы спортивной тренировки; методику направленного использования средств физической культуры в зависимости от будущей профессиональной деятельности УК-7.2. Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной</p>

		<p>деятельности. УК-7.3. Основы спортивной тренировки; методику направленного использования средств физической культуры в зависимости от будущей профессиональной деятельности. Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности.</p>
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	<p>УК-8.1. Правила по охране труда, Основы трудового законодательства Российской Федерации УК-8.2. Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте, в т.ч. с помощью средств защиты. УК-8.3. Основы трудового законодательства Российской Федерации. Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте, в т.ч. с помощью средств защиты.</p>

4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) 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	<p>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 систем ОПК-1.3. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.</p>

		<p>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 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. Способен 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. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>
Культура	<p>ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>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.</p> <p>ОПК-3.3. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса. 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.</p>

Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>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</p> <p>ОПК-4.3. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп. 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.</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. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p>ОПК-5.3. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.</p>

Технологии	ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p>ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p> <p>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.</p> <p>ОПК-6.3. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>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</p> <p>ОПК-7.3. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.</p>

4.1.3. Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности: организационный				
<p>Организация процесса создания коммуникационного продукта</p>	<p>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.</p>	<p>ПКО-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ПКО-1_ИДК1 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</p> <p>ПКО-1_ИДК2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПКО-1_ИДК3 Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>08.035 Маркетолог</p>

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 средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПКО-2 - Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>ПКО-2_ИДК1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p> <p>ПКО-2_ИДК2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.</p> <p>ПКО-2_ИДК3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.</p>	08.035 Маркетолог

4.2. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения, самостоятельно определяемые университетом

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
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 средствами массовой	ПК-УВ1 - Способен формулировать предложения по совершенствованию системы продвижения товаров и услуг.	ПК УВ-1_ИДК1 Демонстрирует знание существующих инструментов продвижения, необходимых для	08.035 Маркетолог

	<p>информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.</p>		<p>эффективного управления товарами и услугами на рынке. ПК УВ-1_ИДК2 Разрабатывает комплексное предложение по оптимизации существующей системы продвижения с учетом рыночных тенденций и особенностей товаров или услуг. ПК УВ-1_ИДК3 Демонстрирует знание существующих инструментов продвижения, необходимых для эффективного управления товарами и услугами на рынке. Разрабатывает комплексное предложение по оптимизации существующей системы продвижения с учетом рыночных тенденций и особенностей товаров или услуг.</p>	
		<p>ПК-УВ7 - Способен к организации и проведению мероприятий по связям с общественностью для формирования коммуникационной</p>	<p>ПК УВ-7_ИДК1 Разрабатывает и проводит мероприятия по связям с общественностью, направленные на формирование положительного образа</p>	

		<p>политики организации.</p>	<p>компания и продвижение бренда. ПК УВ-7_ИДК2 Формирует общественное мнение об организации, наиболее благоприятно воспринимающее коммуникационное воздействие компании. ПК УВ-7_ИДК3 Разрабатывает и проводит мероприятия по связям с общественностью, направленные на формирование положительного образа компании и продвижение бренда. Формирует общественное мнение об организации, наиболее благоприятно воспринимающее коммуникационное воздействие компании.</p>	
		<p>ПК-УВ 8 - Способен к разработке рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений.</p>	<p>ПК УВ-8_ИДК1 Определяет основные направления в области управленческих решений в части рыночных возможностей и коммуникационного воздействия на потребителей. ПК УВ-8_ИДК2 Демонстрирует оптимальные решения в</p>	

			<p>области маркетинговых коммуникаций, направленных на формирование спроса и обеспечения конкурентоспособного положения компании на рынке.</p> <p>ПК УВ-8_ИДК3</p> <p>Определяет основные направления в области управленческих решений в части рыночных возможностей и коммуникационного воздействия на потребителей.</p> <p>Демонстрирует оптимальные решения в области маркетинговых коммуникаций, направленных на формирование спроса и обеспечения конкурентоспособного положения компании на рынке.</p>	
Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый				
<p>Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p>	<p>Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа,</p>	<p>ПК-УВ2 - Способен к разработке и реализации мероприятий по привлечению новых потребителей</p>	<p>ПК УВ-2_ИДК1</p> <p>Анализирует существующие возможности по управлению потребительским спросом и рассматривает перспективные</p>	<p>08.035 Маркетолог</p>

	адресованный разным целевым группам/группам общественности.		<p>направления по работе с клиентами. ПК УВ-2_ИДК2 Разрабатывает и реализует оптимальные мероприятия рекламы и связей с общественностью по привлечению новых потребителей товаров и услуг. ПК УВ-2_ИДК3 Анализирует существующие возможности по управлению потребительским спросом и рассматривает перспективные направления по работе с клиентами. Разрабатывает и реализует оптимальные мероприятия рекламы и связей с общественностью по привлечению новых потребителей товаров и услуг.</p>	
		ПК-УВ3 Способен к управлению коммуникационной политикой компании и проведению рекламных кампаний.	ПК УВ-3_ИДК1 Демонстрирует навыки управления коммуникационной политикой компании с учетом ее конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынке.	

		<p>ПК УВ-3_ИДК2 Прорабатывает комплексную систему коммуникационного воздействия на потребителя, способствует проведению рекламных кампаний в организации.</p> <p>ПК УВ-3_ИДК3 Демонстрирует навыки управления коммуникационной политикой компании с учетом ее конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынке.</p> <p>Прорабатывает комплексную систему коммуникационного воздействия на потребителя, способствует проведению рекламных кампаний в организации</p>	
	<p>ПК-УВ4 - Способен к разработке, тестированию и внедрению фирменного стиля организации, а также к созданию бренда компании.</p>	<p>ПК УВ-4_ИДК1 Разрабатывает, тестирует и корректирует фирменный стиль организации, способствует созданию бренда.</p> <p>ПК УВ-4_ИДК2 Осуществляет действия по управлению фирменным стилем организации, способствует созданию и продвижению бренда</p>	

			<p>компании. ПК УВ-4_ИДК3 Разрабатывает, тестирует и корректирует фирменный стиль организации, способствует созданию бренда. Осуществляет действия по управлению фирменным стилем организации, способствует созданию и продвижению бренда компании.</p>	
		<p>ПК-УВ5 - Способен к разработке рекомендаций по совершенствованию ценовой политики организации.</p>	<p>ПК УВ-5_ИДК1 Анализирует существующие ценовые стратегии на рекламные продукты и разрабатывает рекомендации для совершенствования ценовой политики в области рекламы и связей с общественностью. ПК УВ-5_ИДК2 Формулирует грамотное предложение по оптимизации стратегии ценообразования организации в области рекламы продукции. ПК УВ-5_ИДК3 ценовые стратегии на рекламные продукты и разрабатывает рекомендации для совершенствования</p>	

			<p>ценовой политики в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Формулирует грамотное предложение по оптимизации стратегии ценообразования организации в области рекламы продукции.</p>	
		<p>ПК-УВ6 - Способен к разработке рекомендаций по формированию имиджа и репутации компании.</p>	<p>ПК УВ-6_ИДК1</p> <p>Определяет основные направления по работе с имиджем организации, анализирует сложившуюся репутацию компании.</p> <p>ПК УВ-6_ИДК2</p> <p>Разрабатывает рекомендации по оптимизации деловой репутации компании, а также корректирует имидж организации.</p> <p>ПК УВ-6_ИДК3</p> <p>Определяет основные направления по работе с имиджем организации, анализирует сложившуюся репутацию компании.</p> <p>Разрабатывает рекомендации по оптимизации деловой репутации компании, а также корректирует имидж организации.</p>	

Матрица формирования компетенций по ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью» представлена в Приложении 3.

Планируемые результаты обучения по каждой дисциплине и практике – индикаторы достижения компетенций, знания, умения и навыки, опыт практической деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы представлены в соответствующих разделах рабочих программ дисциплин, практик и размещены на сайте университета в разделе «Сведения об образовательной организации», подразделе «Образование» <http://www.sseu.ru>.

Раздел 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОПОП ВО «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

5.1. Структура и объем ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью»

Структура образовательной программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» включает следующие блоки:

- Блок 1 "Дисциплины (модули)"
- Блок 2 "Практика"
- Блок 3 "Государственная итоговая аттестация"

Структура и объем образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью представлены в таблице.

Структура программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью»		Объем программы бакалавриата и ее блоков в з.е.	
		Требования ФГОС ВО	Программа бакалавриата «Реклама и связи с общественностью»
Блок 1	Дисциплины (модули)	не менее 165	204
Блок 2	Практика	не менее 27	27
<i>Объем обязательной части от общего объема программы</i>		не менее 40%	53,3%
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6 - 9	9
Объем программы бакалавриата		240	240

В рамках образовательной программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» выделяются обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений.

К обязательной части программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» относятся дисциплины и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций, а также профессиональных компетенций.

Дисциплины (модули) по философии, истории (истории России, всеобщей истории), иностранному языку, безопасности жизнедеятельности реализуются в рамках базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" программы «Реклама и связи с общественностью» и являются обязательными для освоения обучающимися.

Дисциплины и практики, обеспечивающие формирование универсальных компетенций, включаются в обязательную часть программы бакалавриата и в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Дисциплины по физической культуре и спорту реализуются в рамках базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" программы «Прикладная информатика в электронной экономике» в объеме

2 з.е. и элективной дисциплины в объеме 328 академических часов.

Для инвалидов и лиц с ОВЗ предоставляется возможность обучения по программе бакалавриата, с учетом особенностей их психофизического развития и индивидуальных возможностей. Для инвалидов и лиц с ОВЗ установлен особый порядок освоения дисциплин по физической культуре и спорту с учетом состояния их здоровья.

5.2. Учебный план ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью»

Учебный план отображает хронологическую последовательность освоения дисциплин и модулей ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью», обеспечивающих формирование компетенций; перечень учебных дисциплин и курсов по выбору обучающегося, факультативов, практик, государственной итоговой аттестации, их трудоемкость в часах и зачетных единицах, распределение по курсам, семестрам; формы контроля.

При реализации дисциплин (модулей), практик, иных компонентов образовательных программ, предусмотренных учебным планом, образовательная деятельность может быть организована в форме практической подготовки в соответствии с рабочими программами дисциплин, программами практик, иных компонентов образовательной программы.

Учебный план размещен на сайте Университета в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование», подраздел «Информация об описании образовательных программ с приложением их копий, об учебном плане с приложением его копии, об аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы) с приложением их копий (при наличии), о календарном учебном графике с приложением его копии, о методических и об иных документах, разработанных образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса» таблица «Информация об описании образовательной программы» в ячейке «Ссылка на учебный план с приложением его копии» (<http://www.sseu.ru/sveden/education>).

5.3. Календарный учебный график ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью»

Календарный учебный график определяет календарные сроки теоретического обучения, экзаменационных сессий, каникул, проведения всех видов практик, выполнения и защиты выпускной квалификационной работы.

Календарный учебный график размещен на сайте Университета в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование», подраздел «Информация об описании образовательных программ с приложением их копий, об учебном плане с приложением его копии, об аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы) с приложением их копий (при наличии), о календарном учебном графике с приложением его копии, о методических и об иных документах, разработанных образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса» таблица «Информация об описании образовательной программы» в ячейке «Ссылка на календарный учебный график с приложением его копии» (<http://www.sseu.ru/sveden/education>).

5.4. Рабочие программы дисциплин (модулей) ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью»

Рабочая программа дисциплины (модуля) — это документ, в котором указывается наименование дисциплины (модуля); цели и задачи изучения дисциплины (модуля); место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы; планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе; объем и виды учебной работы по дисциплине (модулю) с указанием объема контактной работы обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и объема самостоятельной работы обучающихся; содержание дисциплины (модуля), структурированное по разделам (темам) с указанием объема отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий; учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля) с указанием основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля); перечень лицензионного программного обеспечения; перечень современных профессиональных баз данных к которым обеспечен доступ обучающихся для освоения дисциплины (модуля); перечень информационно-справочных систем, необходимых для освоения дисциплины (модуля); описание материально-

технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю); фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) с указанием контрольных мероприятий по дисциплине (модулю), планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), оценочных материалов для текущего контроля и промежуточной аттестации.

Рабочие программы дисциплин (модулей) хранятся в научной библиотеке СГЭУ и на выпускающих кафедрах (копии). В электронном виде - размещены в электронной информационно-образовательной среде ФГАОУ ВО «СГЭУ» и на сайте Университета в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование», подраздел «Информация об описании образовательных программ с приложением их копий, об учебном плане с приложением его копии, об аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы) с приложением их копий (при наличии), о календарном учебном графике с приложением его копии, о методических и об иных документах, разработанных образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса» таблица «Информация об описании образовательной программы» в поле «Ссылка на методические и иные документы, разработанные образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса» (<http://www.sseu.ru/sveden/education>).

Аннотации рабочих программ дисциплин (модулей) размещены на сайте Университета в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование» подраздел «Информация об описании образовательных программ с приложением их копий, об учебном плане с приложением его копии, об аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы) с приложением их копий (при наличии), о календарном учебном графике с приложением его копии, о методических и об иных документах, разработанных образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса» таблица «Информация об описании образовательной программы» в поле «Ссылка на аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы, в том числе практик) с приложением их копий» (<http://www.sseu.ru/sveden/education>).

5.5. Программы практик, аннотации программ практик ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью»

Структура ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью» включает Блок 2 «Практика».

Практика обучающихся является компонентом образовательной программы и представляет собой одну из форм практической подготовки, которая организуется путем выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

В Блок 2 «Практика» входят учебная и производственная практики, которые относятся к части, формируемой участниками образовательных отношений:

- учебная практика (профессионально-ознакомительная практика);
- производственная практика (профессионально-творческая практика);
- производственная практика (преддипломная).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья и требования по доступности для данных обучающихся.

По каждому виду и типу практики разработана программа практики - документ, включающий в себя наименование практики; планируемые результаты обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью»; вид практики; тип практики; способ (при наличии) и форма (формы) ее проведения; перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы; место практики в структуре образовательной программы; объем практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях; содержание практики и формы отчетности по практике; описание материально-технической базы; перечень лицензионного программного обеспечения; перечень основной, дополнительной учебной литературы; перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения практики.

Программы практик и аннотации к ним хранятся в научной библиотеке СГЭУ и на выпускающих кафедрах (копии). В электронном виде - размещены в электронной информационно-образовательной среде ФГАОУ ВО «СГЭУ» и на сайте Университета в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование», подраздел «Информация об описании

образовательных программ с приложением их копий, об учебном плане с приложением его копии, об аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы) с приложением их копий (при наличии), о календарном учебном графике с приложением его копии, о методических и об иных документах, разработанных образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса» таблица «Информация об описании образовательной программы» в поле «Ссылка на аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы, в том числе практик) с приложением их копий» (<http://www.sseu.ru/sveden/education>).

5.6. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

В соответствии с требованиями ФГОС ВО и Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №301 от 05.04.2017 года для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью» университет создает оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и государственной итоговой аттестации. Оценочные средства формируются в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет».

Формами текущего контроля могут выступать: опрос, анкетирование, текущее тестирование, в том числе с использованием банка тестовых заданий, размещенных в электронной информационно-образовательной среде СГЭУ, контрольные и самостоятельные работы, коллоквиумы, ситуационные задачи, учебные процессы, лабораторные работы, курсовые работы, а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится в форме зачета, дифференцированного зачета, зачета с оценкой, экзамена.

5.7. Государственная итоговая аттестация

Государственная итоговая аттестация выпускников является обязательной и осуществляется после освоения ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью» в полном объеме в соответствии с Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет».

Государственная итоговая аттестация проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы.

Государственная итоговая аттестация включает подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

5.8. Другие методические материалы ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью»

Методические указания по ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью» размещены в электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО «СГЭУ» и на сайте Университета в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование», подраздел «Информация об описании образовательных программ с приложением их копий, об учебном плане с приложением его копии, об аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы) с приложением их копий (при наличии), о календарном учебном графике с приложением его копии, о методических и об иных документах, разработанных образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса» таблица «Информация об описании образовательной программы» в поле «Ссылка на методические и иные документы, разработанные образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса» (<http://www.sseu.ru/sveden/education>).

Раздел 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП ВО «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Требования к условиям реализации программы бакалавриата

Требования к условиям реализации ОПОП ВО бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» состоят из:

- общесистемных требований;
- требований к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению;
- требований к кадровым условиям;
- требований к финансовым условиям реализации программы бакалавриата

Общесистемные требования к реализации программы бакалавриата

На основе права оперативного управления ФГАОУ ВО «СГЭУ» располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ, предусмотренных учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно- телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), как на территории Университета, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда Университета обеспечивает:

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

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации, Положению об ЭИОС СГЭУ и Положению о реализации образовательных программ с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в ФГБОУ ВО «СГЭУ», утвержденному Приказом и.о. ректора №271-ОВ от 16.04.2018г.

Требования к кадровым условиям реализации программы бакалавриата

Реализация ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью» обеспечивается педагогическими работниками Университета, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на иных условиях.

Квалификация руководящих и научно-педагогических работников организации соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, разделе "Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования", утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011г. N 1н., профессиональному стандарту «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования», утвержденному приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 сентября 2015г. №608н.

Более 70 процентов численности педагогических работников, участвующих в реализации ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью», и лиц, привлекаемых Университетом к реализации программы на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины.

Более 5 процентов численности педагогических работников, участвующих в реализации ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью» и лиц, привлекаемых Университетом к реализации программы на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Более 60 процентов численности педагогических работников Университета и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы бакалавриата

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий, лабораторных работ), курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой подготовки бакалавров «Реклама и связи с общественностью», оснащены специализированной мебелью, оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определен рабочими программами дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определен рабочими программами дисциплин и ежегодно обновляется).

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен в рабочих программах дисциплин и ежегодно обновляется.

Библиотека ФГАОУ ВО «СГЭУ» относится к числу библиотек II категории и обеспечивает информационно-образовательный процесс в университете.

Фонд университетской библиотеки сформирован в соответствии с лицензионными нормативами обеспеченности вузов учебными и научными источниками в традиционной и электронной формах и требованиями ФГОС. Значительное место в структуре комплектования библиотечного фонда занимают издания вуза в традиционной и электронной форме, за счёт которых оперативно обеспечиваются потребности учебного процесса, особенно по новым дисциплинам.

В библиотеке работает автоматизированная интегрированная библиотечная система (АИБС) «МегаПро» на основе web-технологий. Электронный читальный зал и основной читальный зал оснащены современными компьютерными технологиями. Обучающимся обеспечивается возможность работы с электронными библиотечными системами «Юрайт», «АЙБУКС», «Book.ru», «Библиокомплектатор», «ZNANIUM.COM», научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU, справочно-правовыми системами «Консультант Плюс» и «ГАРАНТ-Максимум», полнотекстовой базы данных East View Information Services, Ius и др. В рамках национальной подписки обеспечен

доступ к международным информационно-аналитическим базам данных WoS и Scopus.

На платформе АБИС «МегаПро» с использованием собственных электронных ресурсов, а так же функционала привлеченных электронных ресурсов создан виртуальный читальный зал, предоставляющий доступ к имеющимся ресурсам со всех компьютеров университета.

Каждый обучающийся обеспечен неограниченным доступом (в том числе удаленным) к информационно-библиотечному комплексу и электронно-библиотечным системам, содержащим издания учебной и учебно-методической литературы по изучаемым дисциплинам и сформированным по согласованию с правообладателями. При этом обеспечена возможность осуществления одновременного индивидуального доступа не менее чем 25 процентов обучающихся. Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены электронными изданиями в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Фонд дополнительной литературы, помимо учебной, включает официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания.

Оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями осуществляется с соблюдением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности и международных договоров Российской Федерации в области интеллектуальной собственности.

Требования к финансовым условиям реализации программы

Финансовое обеспечение реализации ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью» осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования - программ бакалавриата и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.

Раздел 7. ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ВУЗА

Социально-культурная среда ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет» основана на построении воспитательной работы на всех уровнях системы образования.

Воспитательная и социальная работа в университете ведется на основе «Концепции по воспитательной работе со студентами Самарского государственного экономического университета».

Основными задачами воспитательной работы в Университете являются:

- формирование у студентов нравственной культуры, ориентация на гуманистические мировоззренческие установки и духовные ценности, формирование самосознания;
- формирование активной гражданской позиции и патриотического сознания, правовой и политической культуры;
- формирование личностных качеств, необходимых для эффективной профессиональной деятельности, воспитание потребности в профессиональном совершенствовании, целеустремленности и предприимчивости, готовности к конкурентоспособности и сотрудничеству в профессиональной деятельности;
- сохранение и развитие историко-культурных традиций университета, приобщение новых поколений студентов к корпоративной культуре, преемственность в воспитании студенческой молодежи;
- формирование установки на непрерывный процесс саморазвития, на освоение художественных и научных достижений общечеловеческой и национальной культуры;
- привитие умений и навыков управления коллективом в различных формах студенческого самоуправления;
- приобщение к общечеловеческим нормам нравственности, национальным традициям и корпоративным ценностям своей профессиональной и социальной среды;
- формирование потребности в здоровом образе жизни и физическом совершенствовании.

В Университете реализуются следующие направления воспитания:

- профессионально-творческое и трудовое воспитание;
- правовое воспитание;
- патриотическое и интернациональное воспитание;
- духовно-нравственное воспитание;
- эстетическое воспитание;
- экологическое воспитание;
- воспитание корпоративной культуры, культуры поведения и общения;
- воспитание ценностей здорового образа жизни.

Реализация данных направлений способствует формированию у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Социально-культурная среда Университета формируется в системе учебных и внеучебных мероприятий.

Формы и методы воспитательной работы в учебном процессе:

- беседы, дискуссии, деловые игры, олимпиады, обсуждения и разбор реальных ситуаций, лекции, консультации.

Формы и методы воспитательной работы во внеучебное время:

- студенческие научные конференции;
- организация НИР обучающихся;
- участие в работе СМИ;
- молодежные студенческие проекты;
- студенческие трудовые отряды;
- встречи с работодателями и выпускниками;
- творческие кружки, клубы по интересам, спортивные секции;
- участие в спортивных соревнованиях и турнирах, студенческих слетах;
- участие в форумах, фестивалях и других массовых акциях городских, областных и государственных молодежных организаций;
- выставки студенческих работ;
- смотры-конкурсы;
- студенческие фестивали;
- студенческие обучающие школы;
- участие в проектах экологической направленности;
- обучение в вузах-партнерах за рубежом.

Раздел 8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных обучающихся, имеют свои специфические особенности восприятия, переработки материала.

Подбор и разработка учебных материалов должны производиться с учетом того, чтобы предоставлять этот материал в различных формах так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи) или с помощью тифлоинформационных устройств.

Выбор средств и методов обучения осуществляется самим преподавателем. При этом в образовательном процессе рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в группе обучающихся.

Согласно требованиям, установленным Минобрнауки России к порядку реализации образовательной деятельности в отношении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, необходимо иметь в виду, что:

1) инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья по зрению имеют право присутствовать на занятиях вместе с ассистентом, оказывающим обучающемуся необходимую

помощь.

2) инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья по слуху имеют право на использование звукоусиливающей аппаратуры.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;

- присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с экзаменатором);

- пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;

- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях.

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность сдачи обучающимся инвалидом экзамена может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

- продолжительность сдачи экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;

- продолжительность подготовки обучающегося к ответу на экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья организация обеспечивает выполнение следующих требований при проведении аттестации:

а) для слепых:

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

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

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

б) для слабовидящих:

- задания и иные материалы для сдачи экзамена оформляются увеличенным шрифтом;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

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

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

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

- по их желанию испытания проводятся в письменной форме;

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

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

- по их желанию испытания проводятся в устной форме.

О необходимости обеспечения специальных условий для проведения аттестации обучающийся должен сообщить письменно не позднее, чем за 10 дней до начала аттестации. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в организации).

Раздел 9. МЕХАНИЗМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОПОП ВО «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью» определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки качества, в которой Университет принимает участие на добровольной основе.

В целях совершенствования программы подготовки бакалавров Университет при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью», привлекает работодателей и их объединения, иных юридических и физических лиц, включая педагогических работников Университета.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью» обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин и практик.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе бакалавриата в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности Университета по ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью» требованиям ФГОС ВО с учетом соответствующей ПООП ВО.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся может осуществляться в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, освоивших программу бакалавриата, отвечающими требованиям профессиональных стандартов, требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

Раздел 10. РЕГЛАМЕНТ ПО ПРОЕКТИРОВАНИЮ, РЕАЛИЗАЦИИ И ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ (АКТУАЛИЗАЦИИ) ОПОП ВО «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ

Изменения и дополнения, вносимые в структуру, содержание и компоненты ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью» проходят экспертизу в учебно-методическом управлении и утверждаются Ученым советом Университета. Актуализация ОПОП ВО и составляющих ее документов осуществляется ежегодно.

**ПЕРЕЧЕНЬ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ, СООТВЕТСТВУЮЩИХ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ, ОСВОИВШИХ
ОПОП ВО «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

N п/п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта
08 Организация и управление маркетинговой деятельностью		
1.	08.035	Профессиональный стандарт "Маркетолог", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 г. N 366н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 г. регистрационный N 51397)

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника ОПОП ВО «Реклама и связи с общественностью»

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Трудовое действие	Код и наименование профессиональной компетенции выпускника
Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	Разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации	ПКО-1 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
		Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации	ПКО-2 - Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
		Формирование имиджа и деловой репутации организации	ПК УВ-6 Способен к разработке рекомендаций по формированию имиджа и репутации компании
		Организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации	ПК УВ-7 Способен к организации и проведению мероприятий по связям с общественностью для формирования коммуникационной политики организации
		Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений	ПК УВ-8 Способен к разработке рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений
Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	ПК УВ-1 Способен формулировать предложения по совершенствованию системы продвижения товаров и услуг
Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов)	Разработка и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг)	ПК УВ-2 Способен к разработке и реализации мероприятий по привлечению новых потребителей
		Проведение коммуникационных (рекламных) кампаний в	ПК УВ-3 Способен к управлению коммуникационной

	и управление ими в организации	области товаров (услуг, брендов)	политикой компании и проведению рекламных кампаний
		Разработка технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда	ПК УВ-4 Способен к разработке, тестированию и внедрению фирменного стиля организации, а также к созданию бренда компании
	Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	Совершенствование политики ценообразования в организации	ПК УВ-5 Способен к разработке рекомендаций по совершенствованию ценовой политики организации

**Матрица формирования компетенций по ОПОП ВО
«Реклама и связи с общественностью»**

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1	Дисциплины (модули)	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК УВ-2; ПК УВ-3; ПКО-2; ПК УВ-4; ПК УВ-5; ПК УВ-6; ПК УВ-8; ПКО-1; ПК УВ-1; ПК УВ-7
Б1.О	Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК УВ-2; ПК УВ-3; ПКО-2; ПК УВ-4; ПК УВ-5; ПКО-1; ПК УВ-1
Б1.О.01	Социально-гуманитарный модуль	УК-5; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПКО-1
Б1.О.01.01	Философия	УК-5; ОПК-2
Б1.О.01.02	Модели поведения потребителей	ОПК-4
Б1.О.01.03	Маркетинг	ОПК-2; ОПК-4
Б1.О.01.04	Основы логистики	ОПК-2; ОПК-4
Б1.О.01.05	Основы бизнеса	ОПК-5; ПКО-1
Б1.О.01.06	Социальная ответственность бизнеса	ОПК-2; ОПК-7
Б1.О.02	Историко-филологический модуль	УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5
Б1.О.02.01	Иностранный язык	УК-4; ОПК-1
Б1.О.02.02	История	УК-5
Б1.О.02.03	История в общественном пространстве	ОПК-3
Б1.О.02.04	Экономическая история	ОПК-3
Б1.О.02.05	Деловой иностранный язык	УК-4; ОПК-1
Б1.О.02.06	Мировая культура и искусство	УК-5; ОПК-5
Б1.О.02.07	Культура речи и межнациональные связи	УК-4; ОПК-5
Б1.О.02.08	История рекламы и связей с общественностью	ОПК-3
Б1.О.03	Информационно-технологический модуль	УК-1; ОПК-6
Б1.О.03.01	Цифровые коммуникации	УК-1; ОПК-6
Б1.О.03.02	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях	ОПК-6
Б1.О.04	Модуль, формирующий компетенции физической культуры	УК-7
Б1.О.04.01	Физическая культура и спорт	УК-7

Б1.О.05	Модуль, формирующий основы безопасности жизнедеятельности	УК-8
Б1.О.05.01	Безопасность жизнедеятельности	УК-8
Б1.О.06	Модуль общепрофессиональной подготовки	УК-1; УК-2; УК-6; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПК УВ-2; ПК УВ-3; ПК-О-2; ПК УВ-4; ПК УВ-5; ПК-О-1; ПК УВ-1
Б1.О.06.01	Введение в коммуникационные специальности	ПК УВ-3; ПК УВ-1
Б1.О.06.02	Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации	ПК УВ-4; ПК УВ-1
Б1.О.06.03	Теория и практика связей с общественностью	ПК УВ-2; ПК УВ-4
Б1.О.06.04	Теория и практика рекламы	ПК УВ-4; ПК УВ-5
Б1.О.06.05	Теория и практика медиакоммуникаций	ПК УВ-4
Б1.О.06.06	Интегрированные коммуникации	ОПК-4
Б1.О.06.07	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	УК-2; ОПК-5
Б1.О.06.08	Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы	УК-6; ОПК-4
Б1.О.06.09	Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе	УК-1; ОПК-3
Б1.О.06.10	Менеджмент в рекламе и связях с общественностью	ОПК-5; ПК-О-1
Б1.О.06.11	Социология рекламы и связей с общественностью	ОПК-7; ПК-О-1
Б1.О.06.12	Психология рекламы и связей с общественностью	ОПК-3
Б1.О.06.13	Организация и проведение коммуникационных кампаний	ПК УВ-2; ПК-О-2
Б1.О.06.14	Основы управления проектами в рекламе и связях с	ПК УВ-3; ПК-О-2

	общественностью	
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-2; УК-3; УК-7; ПК УВ-2; ПК УВ-3; ПК УВ-4; ПК УВ-5; ПК УВ-6; ПК УВ-8; ПК УВ-1; ПК УВ-7
Б1.В.01	Бренд-маркетинг	ПК УВ-6
Б1.В.02	Формирование общественного мнения	ПК УВ-2; ПК УВ-4
Б1.В.03	Экономические основы рекламной деятельности	ПК УВ-3
Б1.В.04	Моделирование рекламной деятельности	ПК УВ-3
Б1.В.05	Основы рекламного бизнеса	ПК УВ-3
Б1.В.06	Планирование и организация рекламных компаний	ПК УВ-1
Б1.В.07	Ценообразование в рекламном бизнесе	ПК УВ-7
Б1.В.08	Реклама услуг	ПК УВ-5
Б1.В.09	Формирование имиджа в бизнес-среде	ПК УВ-8
Б1.В.10	Производство рекламного продукта	УК-2; ПК УВ-5
Б1.В.11	Основы нейромаркетинга	ПК УВ-4
Б1.В.12	Инновации в рекламе и связях с общественностью	ПК УВ-4
Б1.В.13	Реклама и связи с общественностью в транспортных компаниях	ПК УВ-4; ПК УВ-1
Б1.В.14	Реклама и связи с общественностью в маркетинге продаж	ПК УВ-4; ПК УВ-1
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору	ПК УВ-5
Б1.В.ДВ.01.01	Экономико-математические методы в рекламе	ПК УВ-5
Б1.В.ДВ.01.02	Наружная реклама	ПК УВ-5
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору	ПК УВ-4; ПК УВ-8
Б1.В.ДВ.02.01	Мерчендайзинг	ПК УВ-4; ПК УВ-8
Б1.В.ДВ.02.02	Реклама в оптово-розничной торговле	ПК УВ-4; ПК УВ-8
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору	УК-3; ПК УВ-5
Б1.В.ДВ.03.01	Реклама в СМИ	УК-3; ПК УВ-5
Б1.В.ДВ.03.02	Реклама видов экономической деятельности	УК-3; ПК УВ-5
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору	ПК УВ-8

Б1.В.ДВ.04.01	Реклама и связи с общественностью в международном бизнесе	ПК УВ-8
Б1.В.ДВ.04.02	Маркетинг транснациональных корпораций	ПК УВ-8
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины по выбору	ПК УВ-8
Б1.В.ДВ.05.01	Социальная реклама	ПК УВ-8
Б1.В.ДВ.05.02	Социальный маркетинг	ПК УВ-8
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины по выбору	ПК УВ-5
Б1.В.ДВ.06.01	Прикладной нейромаркетинг в рекламе	ПК УВ-5
Б1.В.ДВ.06.02	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях	ПК УВ-5
Б1.В.ДВ.07	Дисциплины по выбору	ПК УВ-1
Б1.В.ДВ.07.01	Копирайтинг	ПК УВ-1
Б1.В.ДВ.07.02	Адаптация лиц с ОВЗ	ПК УВ-1
Б1.В.ДВ.08	Дисциплины по выбору	ПК УВ-5
Б1.В.ДВ.08.01	Интернет-реклама	ПК УВ-5
Б1.В.ДВ.08.02	Интернет продвижение	ПК УВ-5
Б1.В.ДВ.09	Дисциплины по выбору	ПК УВ-4
Б1.В.ДВ.09.01	Дизайн рекламного продукта	ПК УВ-4
Б1.В.ДВ.09.02	Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью	ПК УВ-4
Б1.В.ДВ.10	Элективные курсы по физической культуре и спорту	УК-7
Б1.В.ДВ.10.01	Физическая культура и спорт: общая физическая подготовка	УК-7
Б1.В.ДВ.10.02	Адаптивная физическая культура и спорт	УК-7
Б2	Практика	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК УВ-2; ПК УВ-3; ПК УВ-4; ПК УВ-5; ПК УВ-6; ПК УВ-8; ПК УВ-1; ПК УВ-7
Б2.О	Обязательная часть	
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК УВ-2; ПК УВ-3; ПК УВ-4; ПК УВ-5; ПК УВ-6; ПК УВ-8; ПК УВ-1; ПК УВ-7
Б2.В.01(У)	Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7
Б2.В.02(П)	Производственная практика (профессионально-	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; ПК УВ-2; ПК УВ-3; ПК УВ-4; ПК УВ-5; ПК УВ-6; ПК УВ-8; ПК УВ-1; ПК УВ-7

	творческая практика)	
Б2.В.03(Пд)	Производственная практика (преддипломная)	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК УВ-2; ПК УВ-3; ПКО-2; ПК УВ-4; ПК УВ-5; ПК УВ-6; ПК УВ-8; ПКО-1; ПК УВ-1; ПК УВ-7
Б3	Государственная итоговая аттестация	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК УВ-2; ПК УВ-3; ПКО-2; ПК УВ-4; ПК УВ-5; ПК УВ-6; ПК УВ-8; ПКО-1; ПК УВ-1; ПК УВ-7
Б3.01	Выпускная квалификационная работа	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК УВ-2; ПК УВ-3; ПКО-2; ПК УВ-4; ПК УВ-5; ПК УВ-6; ПК УВ-8; ПКО-1; ПК УВ-1; ПК УВ-7
Б3.01.01	Процедура защиты выпускной квалификационной работы	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК УВ-2; ПК УВ-3; ПКО-2; ПК УВ-4; ПК УВ-5; ПК УВ-6; ПК УВ-8; ПКО-1; ПК УВ-1; ПК УВ-7
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК УВ-2; ПК УВ-3; ПКО-2; ПК УВ-4; ПК УВ-5; ПК УВ-6; ПК УВ-8; ПКО-1; ПК УВ-1; ПК УВ-7
ФТД	Факультативы	УК-4
ФТД.01	Русский язык и культура речи	УК-4
ФТД.02	Русский язык как иностранный	УК-4