

Частное образовательное учреждение высшего образования
Центросоюза Российской Федерации

**СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ
ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

УТВЕРЖДАЮ
Директор ЗИП СибУПК
С.А. Городкова
23 июня 2017 г.



**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация: **Бакалавр**

Нормативный срок освоения программы – 4 года.

Разработана на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования № 997 от 11.08.2016 г.

профессиональных стандартов:

1. 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации, Приказ Минтруда России от 04.08.2014 г. № 535н.
2. 06.008 Специалист по производству продукции сетевых изданий и информационных агентств, Приказ Минтруда России от 21.05.2014 г. № 332н.
3. 11.006 Редактор средств массовой информации, Приказ Минтруда России от 04.08.2015 г. № 538н.

Обсуждена и одобрена на заседании кафедры коммерческого товароведения, протокол от 22 июня 2017 г., № 1.

Сведения о документе

Основная образовательная программа составлена с учётом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**, утвержденного от 11.08.2016 г., № 997. Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры коммерческого товароведения, протокол от 22 июня 2017 г., № 9.

Зав. кафедрой коммерческого
товароведения

В.Н. Кривченко

Декан факультета технологии и управления

Н.Е. Петрова

Представитель работодателей

Директор
рекламно-производственного
агентства
F Media

О.П. Филатова



ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Характеристика профессиональной деятельности выпускника

Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения 4 года, по заочной форме обучения – 4 года 6 месяцев; а при обучении по индивидуальному плану вне зависимости от формы обучения, составляет не более срока получения образования, установленного для соответствующей формы обучения, а при обучении по индивидуальному плану лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть увеличен по их желанию не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования для соответствующей формы обучения.

Область профессиональной деятельности бакалавров включает:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде;
- общественное мнение.

Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются:

Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются: федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления; негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации; научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность; производственные и сервисные предприятия.

Бакалавр по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* готовится к следующим **видам профессиональной деятельности:** организационно-управленческая, проектная, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая.

Конкретные виды профессиональной деятельности, к которым в основном готовится бакалавр, определяются высшим учебным заведением совместно с обучающимися, научно-педагогическими работниками высшего учебного заведения и объединениями работодателей.

Бакалавр по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* решает следующие **профессиональные задачи** в соответствии с видами профессиональной деятельности:

организационно-управленческая деятельность:

участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

проектная деятельность:

участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;
подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

коммуникационная деятельность:

участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

рекламно-информационная деятельность:

разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;
написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;

информационно-технологическая деятельность:

участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

Планируемые результаты освоения образовательной программы

Выпускник будет обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

- (ОК-1) способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
- (ОК-2) способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
- (ОК-3) способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
- (ОК-4) способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
- (ОК-5) способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
- (ОК-6) способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
- (ОК-7) способность к самоорганизации и самообразованию
- (ОК-8) способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
- (ОК-9) готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий

Выпускник должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

- (ОПК-1) способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
- (ОПК-2) владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
- (ОПК-3) обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга
- (ОПК-4) умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
- (ОПК-5) умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
- (ОПК-6) способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной

безопасности

Выпускник обладает следующими профессиональными компетенциями

(ПК):

- (ПК-1) способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
- (ПК-2) владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы
- (ПК-3) владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
- (ПК-4) владение навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор
- (ПК-5) способность реализовывать проекты и владением методами их реализации
- (ПК-6) способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
- (ПК-7) способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
- (ПК-8) способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
- (ПК-9) способность проводить маркетинговые исследования
- (ПК-10) способность организовывать и проводить социологические исследования
- (ПК-11) способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
- (ПК-12) способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
- (ПК-13) способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
- (ПК-14) способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
- (ПК-15) владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинго-вом отделе, рекламном агентстве

(ПК-16) способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Сведения о профессорско-преподавательском составе

Реализация программы бакалавриата обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на условиях гражданско- правового договора.

Реализация основной образовательной программы бакалавриата обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и научно-методической деятельностью.

Доля научно-педагогических работников, имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, составляет не менее 80 процентов.

Доля научно-педагогических работников, имеющих ученую степень и (или) ученое звание, в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, составляет 70 %. К образовательному процессу привлечены преподаватели, имеющие стаж практической работы по данному направлению на должностях руководителей или ведущих специалистов более 10 последних лет.

Материально-техническое обеспечение

42.03.01 Реклама и связи с общественностью		
Наименование аудитории	Номер аудитории	Оснащение
Компьютерные классы	308,305, 306	Оснащены современными компьютерами с соответствующим программным обеспечением

Специализированные аудитории	321,325,316,409	Оснащены современными мультимедийными демонстрационными комплексами
Фото-/ видеостудия	100	Оборудованы современной мебелью Оснащены современными компьютерами с соответствующим программным обеспечением : CorelDRAW Graphics Suite X3 Education MULTI (1-60). Видеокамера (цифровая) – 1 шт. Фотоаппарат (цифровой) – 1 шт. Штатив универсальный – 1 шт. Телевизор ЖК – 2 шт.
Полигоны	100, 206	Оснащены современными компьютерами с соответствующим программным обеспечением

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее. Основная образовательная программа обеспечивается учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам (модулям) основной образовательной программы. Содержание каждой из таких учебных дисциплин представлено в сети Интернет, в локальной сети.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы по основным изучаемым дисциплинам и сформированной на основании прямых договоров с правообладателями. В вузе обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.