2016-2017

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГАОУ ВО «КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и методической деятельности
_____ В.О. Курьянов
«30» 08 20/6 г.

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
код, наименование направления подготовки (специальности)

Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) программы

Квалификация выпускника бакалавр

Структурное подразделение:
Таврическая академия
Выпускающая кафедра «Реклама и издательское дело»

Симферополь, 2016

Разработчик программы _____ Платонова А. В.
Программа рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Таврической академии
Протокол № 4 от 7 июня 2016 г.

Председатель учебно-методической комиссии _____ Рудницкий О.И.

Программа рассмотрена на заседании ученого совета Таврической академии
Протокол № 8 от 30 августа 2016 г.

Руководитель
структурного подразделения (филиала) _____ Воронин И.Н.

Программа рассмотрена на заседании учебно-методического совета ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Протокол № 1 от 30.08 2016 г.

Председатель учебно-методического совета ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
_____ Курьянов В.О.

ОПОП ВО утверждена решением Ученого совета КФУ
от 30.05.2016 г. (протокол №8)

ОПОП ВО пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 20__ / 20__ учебном году решением Ученого совета КФУ от __.__.20__ г. (протокол №_)
ОПОП ВО пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 20__ / 20__ учебном году решением Ученого совета КФУ от __.__.20__ г. (протокол №_)
ОПОП ВОпересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 20__ / 20__ учебном году решением Ученого совета КФУ от __.__.20__ г. (протокол №_)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования
2. Использованные нормативные документы
3. Обоснование необходимости реализации образовательной программы
4. Направленность (профиль) основной образовательной программы.
5. Область профессиональной деятельности выпускника.
6. Объекты профессиональной деятельности выпускника.
7. Вид (виды) профессиональной деятельности выпускника, к которому (которым) готовятся выпускники.
8. Результаты освоения основной профессиональной образовательной программы.
9. Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации основной образовательной программы.
10. Приложения

Приложение 1. Матрица компетенций основной профессиональной образовательной программы

1. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Форма обучения: очная, очно-заочная

Срок освоения ОПОП очная форма: 4 года
Срок освоения ОПОП очно-заочная форма: 5 лет

I.Общая структура программы		**Трудоемкость (зачетные единицы) ОФ**	**Трудоемкость (зачетные единицы) ОЗФ**
Блок 1	Дисциплины, суммарно	195	195
	Базовая часть, суммарно	159	159
	Вариативная часть, суммарно	40	40
Блок 2	Практики	36	36
Блок 3	Государственная итоговая аттестация, суммарно	9	9
Общий объем программы в зачетных единицах		240	240

2. Использованные нормативные документы

Нормативной базой разработки ОПОП ВО являются:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации";
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по соответствующему направлению подготовки (специальности);
- Постановление Правительства РФ от 10 февраля 2014 N 92 "Об утверждении Правил участия объединений работодателей в мониторинге и прогнозировании потребностей экономики в квалифицированных кадрах, а также в разработке и реализации государственной политики в области среднего профессионального образования и высшего образования";
- Постановление Правительства РФ от 5 августа 2013 г. N 661 "Об утверждении Правил разработки, утверждения федеральных государственных образовательных стандартов и внесения в них изменений";
- Порядок организации и осуществлении образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры. Утвержден приказом Министерства образования и науки РФ от 19 декабря 2013 г. № 1367;
- Нормативно-методические документы Министерства образования и науки Российской Федерации;

- Локальные нормативные документы КФУ, регламентирующие организацию и осуществление образовательной деятельности;
- Положение об ОПОП КФУ имени В.И. Вернадского.

3. Обоснование необходимости реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования

На социально-экономическое, политическое и идеологическое развитие Российской Федерации в значительной мере оказывает влияние эффективность функционирования в ее составе таких направлений как реклама и связи с общественностью. Это в свою очередь обусловливает особенные требования к профессионализму и компетентности специалистов, работающих в области рекламы и связей с общественностью. Поэтому важнейшей задачей государства является формирование необходимых условий для подготовки высококвалифицированных профессионалов, объектами, деятельности которых являются реклама и связи с общественностью.

Процесс развития рыночных отношений, более рациональное функционирование государственных, региональных и муниципальных органов власти, обусловливают необходимость подготовки бакалавров, которые отличались бы новым мышлением, полностью сформированными компетенциями на основе полученных в процессе обучения совокупности знаний, умений и навыков, владеющими современными технологиями организации рекламных и PR-кампаний и мероприятий, имеющие достаточный интеллектуальный потенциал для принятия эффективных рекламных и PR-решений и внедрение их в практику политической, экономической и рыночной деятельности во всех сферах и звеньях государственной общественной жизни.

Двадцатитрехлетний опыт развития России, а также опыт развитых и наиболее успешных развивающихся стран свидетельствует, что образование является одним из наиболее важных рычагов стимулирования дальнейшего преобразования экономики, переходу от индустриальной экономики к экономике знаний, экономики инноваций, развития малого и среднего бизнеса, повышения жизненного уровня людей. Образование и связанная с ней наука являются основой для преобразования застарелых и неэффективных экономических, политических и рыночных структур в конкурентоспособные, отвечающие потребностям современного развития экономики, требованиям национального и мирового рынка.

Нынешний этап экономических преобразований в Российской Федерации осуществляется в направлении модернизации и технического перевооружения самых разных отраслей экономики, формирования инновационного бизнеса, учета современных концепций мировой интеграции и глобализации, неопределенности и самых разных

экономических рисков. В условиях мировой нестабильности и повышения уровня противоречий между развитыми странами и развивающими государствами, повышаются риски, которые следует учитывать не только в деятельности любых организаций, но и в деятельности органов государственной и региональной власти, органов местного самоуправления. Эти тенденции современного мира должны найти отражение и в процессе обучения бакалавров направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», что предполагает выбор базовых и профильных дисциплин, достижения высокого уровня качества высшего профессионального образования, формирование самых разных общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, позволяющих эффективно влиять на различные уровни экономической, политической и рыночной систем, в условиях неопределенности, нестабильности и повышенных рисков.

Современное образование на сегодняшнем этапе приближается к мировым тенденциям социально-экономического развития. Развитие образования осуществляется в контексте общего процесса трансформации разных сторон общественной жизни, в тесной связи с преобразованиями в других сферах, одновременно выступая для них источником обеспечения необходимого кадрового потенциала.

Формирование знаний в сфере «Рекламы и связей с общественностью» реализуется через соединение познавательных, теоретических и практических компонентов обучения. Причем познавательные компоненты создают не только систему рекламных и PR знаний, но определяют внутреннюю культуру выпускников вузов, формируют их готовность к сознательной гармонизации отношений «человек – общество – природа – экономика». К теоретическим компонентам обучения относится мировоззрение и умение творчески и логически мыслить, реализовывать теоретические концепции, законы и закономерности в практической рекламной и PR деятельности, в процессе принятия и реализации финансовых, инвестиционных и других экономических решений, что в свою очередь позволяет сформировать практические умения и навыки, являющиеся важнейшими для современного выпускника вуза.

Современный период развития Российской Федерации характеризуется необходимостью дальнейшего совершенствования образовательной деятельности, направленной на подготовку бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», способных к самостоятельной профессиональной деятельности, научно-исследовательской и педагогической работы.

Область профессиональной деятельности выпускников программ бакалавриата направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» включает:

а) организационно-управленческую деятельность, а именно 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 б) проектную деятельность, а именно 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); в) коммуникационную деятельность, а именно участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участие в формировании и поддержании корпоративной культуры; г) рекламно-информационную деятельность, а именно разработку, подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы д) рыночно-исследовательскую и прогнозно-аналитическую деятельность, а именно участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований, написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Объектами профессиональной деятельности выпускников бакалавриата направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» могут быть: а) государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы местного самоуправления; б) негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, СМИ; в) научные и образовательные учреждения и организации.

Основными видами профессиональной деятельности выпускников баклавриата направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» могут быть: а) организационно-управленческая; б) проектная; в) коммуникационная; г) рекламно-информационная; д) рыночно-исследовательская; е) прогнозно-аналитическая.

Российская Федерация как государство характеризуется значительными территориальными масштабами и особенностями своих регионов. Поэтому в каждом регионе формируются свои специфические условия для подготовки бакалавров направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Республика Крым отличается от всех остальных регионов России тем, что совсем недавно вошла в состав Российской Федерации. На сегодняшний день еще полностью не завершен переходный период, что также влияет на все социально-экономические процессы, в том числе и на образовательную сферу. Поэтому подготовка бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в Республике Крым включает как общероссийские закономерности и тенденции, так и особенности региона в переходный период. Кроме того, Республика Крым для Российской Федерации становится в определенной степени инновационной площадкой, где прогнозируется отработать новые подходы, схемы и модели социально-экономического развития, которые еще не применялись в других регионах страны. Это касается и высшего профессионального образования.

Во всех регионах Российской Федерации, в том числе и Республике Крым, существует и будет существовать потребность в профессионалах (бакалаврах) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Это обусловлено тем, что, несмотря на самые различные негативные процессы, происходящие в мире, российская экономика постепенно активизируется, создаются новые промышленные, строительные, аграрные транспортные, обслуживающие, финансовые, кредитные и инвестиционные организации, которым необходимы профессионалы в области рекламных и PR мероприятий. Потребность в специалистах в области рекламы и связей с общественностью постоянно существует и в органах государственной, региональной и муниципальной власти. Вместе с тем, потребность в профессионалах в области рекламы и связей с общественностью не носит абсолютного характера. Это означает, что рынок труда ожидает от вузов только настоящих профессионалов, способных к самостоятельной, творческой, активной работе, умеющих применять на практике свои знания, умения и навыки, готовые с первых дней работы четко выполнять поставленные перед ними задачи. При трудоустройстве главным условием рынка труда России, в т.ч. и регионального рынка труда Крыма являются профессиональные качества, сформированные компетенции, знания, умения и навыки рекламной работы и работы в сфере связей с общественностью, готовность брать на себя ответственность за порученный участок работы, умение управлять коллективом, четко организовать его работу, способностью к постоянному обучению в процессе своей профессиональной деятельности.

Выпускники программ бакалавриата направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в Республике Крым могут найти свое применение в отделах рекламы и связей с общественностью в действующих и новых коммерческих

организациях (государственных компаниях, публичных и непубличных акционерных обществах, обществах с ограниченной ответственностью, частных компаниях) таких отраслей как промышленность, строительство, сельское хозяйство, транспорт, курортная и туристическая деятельность, финансовая деятельность и социальнаяпомощь, которые будут активно развиваться в ближайшие 10 лет. Значительная потребность в регионе в профессионалах в области рекламы и связей с общественностью будет обусловлена развитием туристического и курортного рынка.

В регионе совершенствуется система государственной и муниципальной власти, что также требует определенного количества профессионалов в области рекламы и связей с общественностью для управления имиджем и общественным мнением, а также для организации коммуникации между представителями власти и жителями региона.

Существующий в Российской Федерации, в т.ч. в Республике Крым, рынок труда требует от вузов проводить согласованную и целевую деятельность, направленную на образование и последипломное обучение таких специалистов.

По данным управления федеральной службы статистики РФ в Республике Крым в целом по экономике региона, работники, которые имеют полное высшее образование, составляют примерно 40% от общей численности наемных работников, что является недостаточным для современного периода развития экономики. Кроме того, в последнее время часть высокопрофессиональных специалистов в области рекламы и связей с общественностью выехала из Крыма в Украину или другие регионы Российской Федерации, что также повышает потребность в бакалаврах направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

По оценкам экспертов крымского рынка труда (Крымское управление статистики, Министерство труда и социальной политики, Министерство экономического развития) потребность в профессионалах (бакалаврах) в области рекламы и связей с общественностью в ближайшие 5 лет могут составить порядка 950-1100 человек.

С целью более широкого охвата возможных областей, объектов и видов профессиональной деятельности выпускника бакалавриата направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» на всероссийском и региональном рынке труда предусмотрено, что подготовка бакалавров складывается из дисциплин базовой и общей вариативной части, которые позволяют получить всем выпускникам бакалавриата необходимые знания, умения и навыки, формировать заданные компетенции для работы во всех организациях, а также дисциплины профиля, позволяющие более глубоко подготовиться для определенной практической деятельности.

Подготовка профессионалов (бакалавров) по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» ориентируется на трудоустройство в:

– местных и региональных СМИ;

– структурах Министерства экономического развития;

– структурах органов государственной, региональной и муниципальной власти;

– отделах промышленных, строительных, сельскохозяйственных, транспортных, курортных и туристских организациях;

– отделах банков, инвестиционных, лизинговых, страховых и финансовых компаний, различных институтов фондового рынка

– информационно-аналитических подразделениях государственных и коммерческих организаций;

– научно-исследовательских и высших образовательных организаций.

Кроме того, профессионалы (бакалавры) в области «Реклама и связи с общественностью» могут реализовывать себя в качестве организаторов собственных частных малых предприятий, а именно рекламных агентств и агентств по связям с общественностью.

Все вышеизложенное обусловливает необходимость активизации подготовки профессионалов (бакалавров) в области «Реклама и связи с общественностью» для социально-экономического развития как Республики Крым, так и для других регионов Российской Федерации, где могут реализовать себя выпускники ФИПТ.

4. Профиль основной профессиональной образовательной программы бакалавриата реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере ориентирован на следующие виды 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 службами, 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.

5. Область профессиональной деятельности выпускника

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

6. Объекты профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности выпускников программ бакалавриата с присвоением квалификации «бакалавр» являются:

государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы местного самоуправления;

негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации;

научные и образовательные учреждения и организации.

7. Вид (виды) профессиональной деятельности выпускника

организационно-управленческая;

проектная;

коммуникационная;

рекламно-информационная;

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая.

8. Результаты освоения основной профессиональной образовательной программы

Результаты освоения ОПОП ВО (бакалавриата) определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т. е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с выбранными видом (видами) профессиональной деятельности.

В результате освоения данной ОПОП ВО (бакалавриата) выпускник должен обладать следующими компетенциями:

общекультурными компетенциями (ОК):

способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);

готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественность (ОПК-2);

обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

профессиональными компетенциями (ПК):

организационно-управленческая деятельность:

способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2);

владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

проектная деятельность:

владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

коммуникационная деятельность:

способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

рекламно-информационная деятельность:

способностью 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-8);

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований (ПК-9);

способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

информационно-технологическая деятельность:

способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, СМИ (ПК-12);

способностью под контролем осуществлять рекламные компании и мероприятия (ПК-13);

способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);

владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);

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

9. Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации основной образовательной программы

Ресурсное обеспечение ОПОП ВО формируется на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ определяемых ФГОС ВО по данному направлению подготовки, с учетом рекомендаций ОПОП ВО. (Таблица 1)

Таблица 1.

Кадровое обеспечение образовательного процесса

Обеспечен-ность НПС	ППС, привлекаемые к реализации ОПОП ВО		ППС, с базовым* образованием, соответствую-щем профилю преподаваемых дисциплин		ППС с ученой степенью и/или званием		Количество ППС из числа действующих руководителей и работников профильных организаций, предприятий, учреждений	
	Кол.	%	Кол.	%	Кол.	%	Кол.	%
Требования ФГОС		50		70		60		10
Факт	18	100	16		9	50%		

* по диплому о ВО

10. Приложения

Приложение 1

Блок 1

Матрица компетенций

Название дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	**Общекультурные компетенции**								
	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-6	ОК-7	ОК-8	ОК-9
1. Базовая часть									
История	+	+							
Культура речи					+				
История рекламы и PR	+	+							
Социология массовой коммуникации						+			
Политология	+	+							
Физическая культура								+	
Иностранный язык					+				
Имиджеведение					+	+			
Философия	+								
Безопасность жизнедеятельности									+
Правовое регулирование рекламной деятельности в массмедиа и PR				+					
Основы научных исследований							+		
Религиоведение						+			
История искусств							+		

Конфликтология в рекламной и PR -деятельности						+			
Управление целевыми аудиториями и общественным мнением						+			
Экономика рекламы и PR			+						
Социологический аспект медиапространства		+							
Психология межличностных отношений в профессиональной деятельности						+			
Мифологические и фольклорные образы в рекламной коммуникации	+					+			
Логика и теория аргументации в рекламе						+	+		
Психология массовых коммуникаций						+			
2.Вариативная часть 2.1.Дисциплины профиля									
Деловые переговоры на иностранном языке					+				
Международный протокол и паблик рилейшнз							+		
2.2.Элективные дисциплины 2.2.2. Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»									

Семиотика рекламы							+		
Информационное право				+					

Название дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Общепрофессиональные компетенции					
	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6
1.Базовая часть						
Основы рекламы	+	+				
Основы связей с общественностью		+			+	
Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью			+			
Конфликтология в рекламной и PR-деятельности					+	
Социологический аспект медиапространства						+
Стилистика литературное редактирование рекламных и PR текстов			+			
Теория и практика массовой коммуникации						+
Лингвистические особенности рекламных и PR-текстов			+			
Информационные технологии в рекламной и PR-деятельности						+
Логика и теория аргументации в рекламе			+			
Медиапланирование				+		
Реклама и PR в интернете	+	+				
2.Вариативная часть **2.1.Дисциплины профиля**						
Организация и проведение PR-кампаний				+	+	
Спичрайтинг и технологии PR			+			
Реклама и PRв государственных институтах и	+	+				

структурах						
Международный протокол и паблик рилейшнз	+					+
Информационная безопасность						+
2.2.Элективные дисциплины **2.2.1. Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»**						
Консалтинг в PR и рекламе	+					
Кризисный PR и антикризисное управление		+		+		
Современная пресс-служба		+		+		
Креативные технологии в рекламе и PR	+					
2.2.2. Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»						
Организация работы отделов рекламы и PR	+			+		
Основы репутационного менеджмента	+					
Практики						
Учебная практика, практика по получению первичных профессиональных умений и навыков специалиста по рекламе и связям с общественностью	+		+			
Производственная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, технологическая	+		+			
Производственная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности,	+		+			

технологическая						
Производственная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, технологическая	+		+			

Название дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	**Профессиональные компетенции**															
	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10	ПК-11	ПК-12	ПК-13	ПК-14	ПК-15	ПК-16
1.Базовая часть																
Социология массовых коммуникаций										+						
Основы рекламы	+															
Основы связей с общественностью						+										
Имиджеведение	+															
Профессиональная этика			+													
Макетирование и верстка в рекламной и PR-деятельности					+			+								
Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью								+								
Организация работы рекламных и PR-агентств		+		+			+									
Конфликтология в рекламной и PR-деятельности			+													
Управление целевыми аудиториями и общественным мнением			+			+										
Рекламный менеджмент		+	+				+									
Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-											+					

текстов																
Теория и практика массовой коммуникации	+		+													
Разработка и технология производства рекламного продукта								+						+		
Психология межличностных отношений в профессиональной деятельности			+			+										
Информационные технологии в рекламной и PR-деятельности												+				
Теория и методика журналистского творчества						+										
Рекламный маркетинг									+	+					+	
Рекламная издательско-полиграфическая деятельность								+								+
Брендинг и бренд-менеджмент		+	+				+									
Психология массовых коммуникаций		+	+													
2.Вариативная часть 2.1. Дисциплины профиля																
Организация и проведение PR-кампаний													+			
Мультимедийные					+	+		+								

технологии в профессиональной деятельности																
Реклама и PR в государственных институтах и структурах		+														
2.2.Элективные дисциплины 2.2.1. Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»																
Дизайн печатной продукции																+
2.2.2. Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»																
Эмпирическая социология									+	+						
Практики																
Учебная практика, практика по получению первичных профессиональных умений и навыков специалиста по рекламе и связям с общественностью								+								
Производственная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта								+								

профессиональной деятельности, технологическая																
Производственная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, технологическая									+							
Производственная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, технологическая							+									
Производственная практика, преддипломная	+			+			+									
Государственная итоговая аттестация																
Выпускная квалификационная работа	+					+										

Ответственный за основную профессиональную образовательную программу:

Фамилия, имя, отчество	Учёная степень	Учёное звание	Должность	Контактная информация (служебный адрес электронной почты, служебный телефон)	Подпись
Платонова Айше Вадимовна	Кандидат наук		Старший преподаватель		

Согласовано с работодателями:

Фамилия, имя, отчество	Должность	Организация, предприятие	Контактная информация (служебный адрес электронной почты, служебный телефон)	Подпись