

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»

УТВЕРЖДЕНО
Учебно-методическим советом
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»
протокол № 3 от 30.08.2019
Председатель Учебно-методического совета
И.А. Цвиринько

**Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

код, наименование направления подготовки (специальности)

Квалификация выпускника Бакалавр

Структурное подразделение Таврическая академия
наименование структурного подразделения (филиала)

Факультет Информационно-полиграфических технологий
наименование факультета, института

Симферополь 2019

Разработчик(и) программы



подпись

А. В. Платонова
ФИО

«СОГЛАСОВАНО»

Заместитель директора по учебной работе
Таврической академии
ФГАОУ ВО КФУ им. В.И. Вернадского



подпись

А. П. Курабцева
ФИО

Директор
Таврической академии
ФГАОУ ВО КФУ им. В.И. Вернадского



подпись

С. В. Елькин
ФИО

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования
2. Использованные нормативные документы
3. Обоснование необходимости реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования
4. Направленность (профиль) основной профессиональной образовательной программы высшего образования
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 высшего образования
9. Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования

10. Приложения

- Приложение 1. Матрица компетенций основной профессиональной образовательной программы высшего образования
- Приложение 2. Учебный план и календарный учебный график
- Приложение 3. Рабочая программа дисциплины
- Приложения 4. Программа практики
- Приложения 5. Программа государственной итоговой аттестации

1. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Форма обучения очная; очно-заочная

Срок освоения ОПОП ВО очная форма __4 года__

Срок освоения ОПОП ВО очно-заочная форма __5 лет__

I. Общая структура программы		Трудоемкость (зачетные единицы) ОФ	Трудоемкость (зачетные единицы) ОЗФ
Блок 1	Дисциплины (модули)	203	203
Блок 2	Практики	28	28
Блок 3	Государственная итоговая аттестация, суммарно	9	9
Общий объем программы в зачетных единицах		240	240

2. Используемые нормативные документы

Нормативной базой разработки ОПОП ВО являются:

– Федеральный закон от 29 декабря 2012 года №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и уровню высшего образования бакалавр, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 №512;

– Самостоятельно установленный образовательный стандарт ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью утвержденный Ученым советом КФУ от 30 августа 2018 г., протокол №7;

– Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, программам специалитета, утвержденный приказом Минобрнауки России от 05 апреля 2017 года № 301;

– Порядок разработки примерных основных образовательных программ, проведения их экспертизы и ведения реестра примерных основных образовательных программ, утвержденный приказом Минобрнауки России от 28 мая 2014 года № 594;

– Постановление Правительства Российской Федерации от 10 февраля 2014 № 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»;

– 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; приказом Минобрнауки России от 9 февраля 2016 г. № 86 «О внесении изменений в Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636», и приказом Минобрнауки от 28 апреля 2016 г. № 502 «О внесении изменений в Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, 5 программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29.06.2015 № 636».

– Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Минобрнауки России от 27 ноября 2015 г. № 1383, «О внесении изменений в Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1225 от 15.12.2017

– Нормативно-методические документы Министерства науки и высшего образования Российской Федерации;

– Локальные нормативные документы ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», регламентирующие организацию и осуществление образовательной деятельности.

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 обуславливает особые 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, обуславливают 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 компаний 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 развивающимися 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 ПР 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 ПР 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 (техничко-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.

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата, могут осуществлять профессиональную деятельность: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиoproграммы, онлайн-ресурсы), 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)¹, а также сфера рекламы и связей с общественностью.

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

Основные задачи профессиональной деятельности выпускников бакалавриата направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» могут быть следующих типов: а) авторский; б) редакторский; в) проектный; г) маркетинговый; д) организационный; е) социально-просветительский; ж) технологический.

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

¹ В порядке возрастания нумерации

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 социальная помощь, 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 обуславливает 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. Направленность основной профессиональной образовательной программы бакалавриата реклама и связи с общественностью ориентирована на следующие типы профессиональной деятельности:

авторский:

создание авторских рекламных текстов и текстов по связям с общественностью согласно задачам рекламной кампании или кампании по связям с общественностью;

редакторский:

применение навыков литературного редактирования и копирайтинга при создании текстов рекламы и связей с общественностью предназначенных для различных каналов распространения;
 способность к распределению и координации работы по созданию и редактированию контента различных видов СМИ.

проектный:

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);

маркетинговый:

участие в организации и проведении маркетинговых исследований;

организационный:

участие в оперативном планировании и контроле в работе отделов рекламы и служб по связям с общественностью, направленных на повышение имиджа организации, на продвижение товаров и услуг на рынок и на оценку эффективности коммуникационных кампаний;

организация собственной деятельности и планирование деятельности организации в оперативном режиме;

участие в принятии организационно-управленческих решений при осуществлении коллективной деятельности;

умение организовывать эффективную внутреннюю и внешнюю коммуникацию в различных организациях и принимать участие в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;

социально-просветительский:

участвовать в создании и продвижении продукта социально-просветительской направленности;

технологический:

участие в организации и подготовки к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

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:

Федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;

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

научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;

производственные и сервисные предприятия.

7. Типы профессиональной деятельности выпускника

авторский;

редакторский;

проектный;

маркетинговый;

организационный;

социально-просветительский;
технологический.

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 выбранным видом (видами) профессиональной деятельности.

В результате освоения программы бакалавриата у выпускника должен быть сформированы следующие компетенции:

Универсальные компетенции (УК):

способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);

способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);

способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);

способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);

способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);

способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6);

способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7);

способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8).

общепрофессиональные компетенции (ОПК):

способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);

способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2);

способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры

в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);

способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);

способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6);

способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7).

Профессиональные компетенции (ПК):

проектный:

способность готовить проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) с использованием информационно-коммуникационных технологий (ПК-1);

обладать способностью под контролем и в команде разрабатывать, планировать и реализовывать коммуникационные проекты (ПК-2);

организационный:

способность применять навыки оперативного планирования и контроля в работе отделов рекламы и служб по связям с общественностью, направленных на повышение имиджа организации, на продвижение товаров и услуг на рынок и на оценку эффективности коммуникационных кампаний (ПК-3);

способность самостоятельно организовать свою деятельность и планировать деятельность организации в оперативном режиме (ПК-4);

способность принимать организационно-управленческие решения при осуществлении коллективной деятельности (ПК-5);

способность под контролем организовывать эффективную внутреннюю и внешнюю коммуникацию в различных организациях и под контролем принимать участие в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-6);

технологический:

способность под контролем 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-7);

7);

маркетинговый:

способность проводить различные виды маркетинговых исследований (ПК-8);

авторский:

способность самостоятельно создавать авторские рекламные тексты и тексты по связям с общественностью согласно задачам рекламной кампании или кампании по связям с общественностью (ПК-9);

социально-просветительский:

создание и продвижение продукта социально-просветительской направленности (ПК-10);

редакторский:

способность применять навыки литературного редактирования и копирайтинга при создании текстов рекламы и связей с общественностью предназначенных для различных каналов распространения (ПК-11);

способность к распределению и координации работы по созданию и редактированию контента различных видов СМИ (ПК-12).

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 СУОС КФУ 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, соответствующем 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		100		70		60		5
Факт	18	100	16	89%	12	66%	2	11%

* по диплому о ВО

10. Приложения

Приложение 1

Матрица компетенций – прилагается

Приложение 2

Учебный план и календарный график учебного процесса – прилагается

Приложение 3

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) – прилагается

Приложение 4

Программы практик – прилагается

Приложение 5

Программа государственной итоговой аттестации - прилагается

Блок 1
Матрица компетенций

Название дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Универсальные компетенции							
	УК-1	УК-2	УК-3	УК-4	УК-5	УК-6	УК-7	УК-8
Основы проектной деятельности		+						
Иностранный язык				+				
Русский язык и культура речи				+				
Физическая культура							+	
История					+			
Основы научных исследований	+							
Правовые основы профессиональной деятельности		+						
Макетирование рекламной продукции		+						
Безопасность жизнедеятельности								+
Культурология					+			
Социальная психология			+			+		
ДПВ2:социологический аспект медиапространства		+						

Философия	+							
Экономика		+						
Конфликтология в рекламной и PR-деятельности					+			
Планирование и реализация кампаний по рекламе и PR		+	+					
Теория и практика массовых коммуникаций				+				
ДПВ4: EVENT-мероприятия в рекламе		+	+					
ДПВ5: презентация рекламного продукта		+						

Название дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Общепрофессиональные компетенции						
	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ОПК-7
История рекламы и PR			+				
Теория и практика массовых коммуникаций					+		
Информатика и КТ						+	
Имидж в рекламе и PR-деятельности				+			
Управление целевыми аудиториями и общественным мнением				+			

Макетирование рекламной продукции						+	
Безопасность жизнедеятельности			+				
Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR текстов	+						
Дизайн рекламной продукции			+			+	
Профессиональная этика					+		+
Информационные технологии в рекламной и PR-деятельности				+		+	
Мультимедийные технологии в PR-деятельности и рекламе				+		+	
Рекламная издательско-полиграфическая деятельность				+		+	
Международный протокол		+					
Учебная практика профессионально-ознакомительная	+						
Производственная практика, профессионально-творческая	+						
Производственная практика, профессионально-творческая	+						
Производственная практика, профессионально-творческая	+						

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
Основы рекламы			+			+						
Основы связей			+			+						
Имидж в рекламе и PR-деятельности			+									
Управление целевыми аудиториями и общественным мнением						+						
Рекламный менеджмент				+	+							
Макетирование рекламной продукции		+	+									
ДПВ1: разработка творческих концепций в рекламе и PR						+						
Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью									+		+	+
Реклама и PR в интернете		+										
Спичрайтинг											+	
Информационные технологии в рекламной и PR-деятельности	+											
Медиапланирование			+	+								
Организация работы отделов рекламы и PR			+	+	+							
Бюджетирование рекламы								+				
Мультимедийные технологии в PR-деятельности	+											
Организация работы рекламных и PR- агентств			+	+	+							

Консалтинг в рекламе и PR	+		+									
Рекламная издательско-полиграфическая деятельность	+											
Современная пресс-служба						+						
Реклама и PR в государственных институтах и структурах			+			+						
Учебная практика профессионально-ознакомительная							+		+			
Производственная практика, профессионально-творческая								+				+
Производственная практика, профессионально-творческая							+		+			
Производственная практика, профессионально-творческая						+			+			
Производственная практика, преддипломная	+	+				+						

Ответственный за основную образовательную программу:

Фамилия, имя, отчество	Учёная степень	Учёное звание	Должность	Контактная информация (служебный адрес электронной почты, служебный телефон)	подпись
Платонова Айше Вадимовна	Кандидат наук	Доцент	доцент		

