

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»



УТВЕРЖДАЮ
Директор по учебной работе
С.Т. Князев
20 19 г.

ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА Реклама и связи с общественностью

Перечень сведений об образовательной программе	Учетные данные
Образовательная программа Реклама и связи с общественностью	Код ОП 42.03.01/33.01
Направление подготовки Реклама и связи с общественностью	Код направления и уровня подготовки 42.03.01
Уровень подготовки Высшее образование - бакалавриат	
Квалификация, присваиваемая выпускнику Бакалавр	
СУОС УрФУ в области образования 03 НАУКИ ОБ ОБЩЕСТВЕ	Утвержден приказом ректора УрФУ № 1069/03 от 28.12.2018

Общая характеристика основной образовательной программы (далее – ОХОП) составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Голубкова Екатерина Александровна	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	Кафедра интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Руководитель ОП

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Голубкова Екатерина Александровна	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	Кафедра интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Согласовано:

Дирекция образовательных программ



Р.Х. Токарева

При проектировании образовательной программы на основе СУОС УрФУ используются термины и определения в соответствии с Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации», другими нормативно-методическими документами в сфере высшего образования, в том числе международными.

Термины и определения

Вид профессиональной деятельности (ВПД) –

- 1) Определённые методы, способы, приёмы, характер воздействия на объект профессиональной деятельности с целью его изменения, преобразования;
- 2) Совокупность трудовых функций, требующих обязательной профессиональной подготовки, рассматриваемых в контексте определённой сферы их применения, характеризующейся специфическими объектами, условиями, инструментами, характером и результатами труда;
- 3) Совокупность обобщённых трудовых функций, имеющих близкий характер, результаты и условия труда.

Зачетная единица – мера трудоемкости образовательной программы.

Компетенция – способность применять знания, умения, опыт и личностные качества для успешной деятельности в определенной области; компетенция не может быть изолирована от конкретных условий её реализации. Она одновременно связывает знания, умения, личностные качества и поведенческие отношения, настроенные на условия конкретной деятельности. Компетенции относятся к личности, приобретаются человеком в процессе обучения и освоения результатов обучения разного уровня сложности.

Модуль – компонент ОП, включающий дисциплины (дисциплину), а также, по необходимости – междисциплинарные проекты, которые обеспечивают формирование предусмотренного для данного модуля набора результатов обучения.

Направление подготовки – совокупность образовательных программ различных профилей, интегрируемых на основании общности фундаментальной подготовки.

Направленность (профиль) образовательной программы – ориентация образовательной программы на определенную область (области) и(или) сферу (сферы) профессиональной деятельности, тип(ы) профессиональных задач, и при необходимости – на объекты профессиональной деятельности выпускников или область(области) знания.

Объект профессиональной деятельности – явление, предмет, процесс, на которые направлено воздействие в процессе профессиональной деятельности.

Термины «объект» и «предмет профессиональной деятельности» рассматриваются как синонимы в профессиональной деятельности, связанной с материальным производством, следует развести эти понятия в нематериальной сфере, связанной с научными исследованиями, творчеством и т.п. В этом случае понятие предмета уже понятия объекта и связано со свойствами или отношениями объекта, познание которых важно для решения профессиональных задач.

Область профессиональной деятельности – совокупность видов профессиональной деятельности, имеющая общую основу (аналогичные или близкие назначение, объекты, технологии, в т.ч. средства труда) и предполагающая схожий набор трудовых функций и соответствующих компетенций для их выполнения.

Обобщенная трудовая функция (ОТФ) – совокупность связанных между собой трудовых функций, сложившаяся в результате разделения труда в конкретном производственном (бизнес-) процессе.

Общепрофессиональные компетенции (ОПК) – отражают запросы рынка труда в части владения выпускниками программ высшего образования по направлению (специальности) подготовки базовыми основами профессиональной деятельности с учетом потенциального развития области или областей деятельности (независимо от ориентации программы на конкретные объекты деятельности или области знания).

Профессиональная деятельность – трудовая деятельность, требующая профессионального обучения, осуществляемая в рамках объективно сложившегося разделения труда и приносящая доход.

Профессиональная задача (задача профессиональной деятельности) – в научно-педагогической литературе понятие определено по-разному, в логике компетентностного подхода профессиональная задача определяется как единица содержания профессиональной подготовки специалистов. Решение профессиональных задач является одним из средств, позволяющим зафиксировать проявление компетенции.

Под профессиональной задачей понимается цель, заданная в определенных условиях, которая может быть достигнута при реализации определенных действий над объектом (совокупностью объектов) профессиональной деятельности.

Решение профессиональных задач – деятельность будущего специалиста по активизации приобретенных знаний, умений и опыта для достижения цели в заданных условиях профессиональной деятельности.

Формулирование профессиональных задач: состав, содержание и последовательность профессиональных задач в совокупности должны охватывать все основные действия, входящие в профессиональную деятельность. Совокупность профессиональных задач должна образовать «ядро» содержания профессиональной подготовки, а этапы становления профессиональной компетентности определить логику содержания.

Отличие процесса решения профессиональной задачи от выполнения практической работы: в ходе выполнения практической работы студент приобретает определенный навык операционных составляющих профессиональной деятельности.

В ходе решения профессиональной задачи студент демонстрирует профессиональные компетенции и показывает уровень сформированных профессиональных коммуникативных умений. Поэтому к профессиональной задаче целесообразно прилагать набор заданий, выполнение которых выявляли бы знание способов и условий деятельности, а также усвоение знаний о предметах и средствах труда.

Профессиональные компетенции (ПК) отражают запросы рынка труда в части готовности выпускника программы высшего образования соответствующего уровня и направления подготовки выполнять определенные задачи профессиональной деятельности, в том числе связанные с ними трудовые функции из профессиональных стандартов (при наличии) для соответствующего уровня профессиональной квалификации.

Сфера профессиональной деятельности – сегмент области профессиональной деятельности или смежных областей профессиональной деятельности, включающий вид(ы) профессиональной деятельности, характеризующийся совокупностью специфических объектов профессиональной деятельности.

Структура профессионального стандарта описывает обобщенные трудовые (ОТФ) и трудовые функции (ТФ) по данной профессии/квалификации. Количество обобщенных трудовых функций (ОТФ) зависит от цели и уровня сложности профессии/квалификации.

Трудовая функция (ТФ) – это совокупность трудовых действий в рамках обобщенной трудовой функции. ТФ соотносится с профессиональной компетенцией и результатами обучения.

Трудовое действие (ТД) — процесс взаимодействия работника с предметом труда и его преобразование, в результате которого достигается определенная, заранее поставленная, цель. Выполнение трудового действия требует определенных знаний, умений, определенного уровня ответственности и самостоятельности (компетенций).

Траектории образовательной программы (ТОП) — обеспечивающие определенную направленность обучения модули, которые объединены в устойчивую, задаваемую образовательной программой совокупность, осваиваемую обучающимся в полном объеме для достижения общих для этой совокупности результатов обучения, соответствующих определенному виду, области, объекту профессиональной деятельности.

Тип задач профессиональной деятельности — условное подразделение задач профессиональной деятельности по характеру действий, выполняемых для достижения заданной цели.

Универсальные компетенции (УК) — отражают запросы общества и личности к общекультурному и социально-личностному уровню выпускника программы высшего образования, а также включают обобщенные профессиональные характеристики, определяющие встраивание уровня образования в национальную систему профессиональных квалификаций.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Общая характеристика основной образовательной программы бакалавриата 42.03.01/33.01 Реклама и связи с общественностью разработана на основе образовательного стандарта Уральского федерального университета (СУОС УрФУ) в области образования «НАУКИ ОБ ОБЩЕСТВЕ».

Основная образовательная программа реализуется в институте «Институт экономики и управления» Уральского федерального университета.

1.2. Назначение и особенность образовательной программы

Основная профессиональная образовательная программа "42.03.01- Реклама и связи с общественностью" направлена на подготовку специалистов в области коммуникаций уровня среднего звена управления (специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации, специалист по информационным ресурсам), способных организовать деятельность в области связи, информационных и коммуникационных технологий.

Особенностью программы является то, что она разработана в соответствии с требованиями СУОС УрФУ и ФГОС ВО, включает авторские программы профессиональных дисциплин. Подготовка бакалавров по программе «Реклама и связи с общественностью» предусматривает изучение основ планирования, организации, управления, производства и оценки эффективности коммуникационных кампаний.

Особенностью программы является выраженная практико-ориентированность процесса обучения. Увеличенный объем производственных практик, перенос части образовательного процесса на территорию предприятий - партнеров дает возможность обучающимся последовательно овладеть необходимым уровнем квалификации, начиная с рабочих профессий, обеспечивает включение выпускников в производственный процесс без дополнительного переобучения.

Выпускник программы способен осуществлять профессиональную деятельность в области коммуникационных процессов в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; в области техники и технологий массовых, деловых и персональных коммуникаций, а также в области технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде и в сфере общественного мнения.

Объектами профессиональной деятельности выпускников являются коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам

средствами массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности, сформированный на основе анализа маркетинговых исследований; поликодовый текст рекламы и связей с общественностью, передаваемый по различным каналам средств массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.

Приоритет активных методов обучения и включение в программу междисциплинарных проектов обеспечивает формирование у обучающихся, наряду с профессиональными компетенциями, осознанного умения работать в команде и необходимых лидерских качеств.

Полученные профессиональные знания и умения, компетенции в области коммуникационных процессов и технологий коммуникаций дают возможность выпускникам программы выполнять

профессиональную деятельность в службах маркетинга, рекламы и связей с общественностью коммерческих структур разных форм собственности; PR, рекламных, консалтинговых и BTL-агентствах; средствах массовой информации, а также департаментах по управлению коммуникациями (пресс-центрах, Центрах общественных связей, общественных приемных, информационно-аналитических службах, отделах социального маркетинга и др.) государственных структур федерального, регионального и местного уровней, органах местного самоуправления, негосударственных и общественных учреждениях и организациях. Основными заказчиками данной программы выступили работодатели, которые говорят о потребности в специалистах, способных осуществлять деятельность по рекламе, связям с общественностью, маркетингу.

При проектировании образовательной программы и реализации обучения использованы лучшие мировые практики подготовки специалистов в области техники и технологий, передовой отечественный опыт и собственные разработки УрФУ.

1.3. Форма обучения и срок освоения образовательной программы:

Обучение по программе бакалавриата может осуществляться в очной, заочной формах.

Срок получения образования по программе (вне зависимости от применяемых образовательных технологий) включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет:

- очная форма обучения 4 года;
- заочная форма обучения 5 лет;
- при обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) может быть увеличен по их заявлению не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

1.4. Образовательная программа реализуется с применением электронного обучения (дистанционных образовательных технологий). При применении электронного обучения (дистанционных образовательных технологий) предусматривается возможность приема-передачи информации в формах, доступных для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

1.5. Объем программы бакалавриата для всех форм обучения составляет 240 зачетных единиц (далее з.е.) вне зависимости от применяемых образовательных технологий, реализации программы с использованием сетевой формы, реализации программы по индивидуальному учебному плану. Объем образовательной программы, реализуемый за один учебный год, вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы с использованием сетевой формы, реализации программы по индивидуальному учебному плану составляет не более 70 з.е., при ускоренном обучении – не более 80 з.е.

1.6. Программа бакалавриата реализуется на государственном языке Российской Федерации.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ И ОПИСАНИЕ ТРАЕКТОРИЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1. Образовательная программа разработана на основе профессиональных стандартов (Приложение 1). Согласована с региональными работодателями – социальными партнерами (Приложение 2).

2.2. Профиль образовательной программы, траектории ОП (ТОП) определяются с учетом специфики видов профессиональной деятельности (ВПД) и профессиональных стандартов (ПС) соответствующего квалификационного уровня в определенной области (и/или сфере) деятельности,

особенностей объектов профессиональной деятельности и типов решаемых выпускниками задач профессиональной деятельности (Табл. 1).

Таблица 1.

Траектории образовательной программы, области, объекты и типы задач профессиональной деятельности

Наименование траектории ОП	Область (области) и(или) сфера (сферы), вид профессиональной деятельности из реестра областей и видов профессиональной деятельности Минтруда и социальной защиты РФ	Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции/трудоовые функции из соответствующих профессиональных стандартов, к выполнению которых должен быть подготовлен выпускник в рамках траектории образовательной программы	Объекты профессиональной деятельности, конкретизирующие сферу деятельности выпускников в рамках траектории образовательной программы	Тип (типы) задач профессиональной деятельности и/или профессиональные задачи, соответствующие обобщенным трудовым функциям/трудоовым функциям и объектам профессиональной деятельности в рамках траектории образовательной программы
1	2	3	4	5	6

Бренд-менеджмент	<p>06 - Связь, информационные и коммуникационные технологии</p> <p>06.009 - Организация продвижения и распространения продукции средств массовой информации</p>	<p>06.009 - Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации</p>	<p>ОТФ/ТФ/ В/04.6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ</p> <p>ОТФ/ТФ В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ; В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ.</p> <p>ОТФ/ТФ/ В/03.6 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ.</p> <p>ОТФ/ТФ С А/07.6 Организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания.</p>	<p>Коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам обществу, сформированный на основе анализа маркетинговых исследований</p>	<p>Маркетинговый: Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p> <p>Проектный: Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Технологический: Участие в производственном процессе создания бренда с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Организационный:</p>
------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>Участие в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий с подготовкой основных документов по сопровождению проекта.</p>				<p>11 - Средства массовой информации, издательство и полиграфия</p>	<p>11.005 - Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации</p>	<p>ОТФ/ТФ С/ А/06.6 Организация деятельности рабочей группы по созданию нового</p>	<p>Коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и</p>	<p>Маркетинговый: Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными</p>
<p>Социально-просветительский: Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта.</p>								

<p>11.005 - Производство продукции телерадиовещательных средств массовой информации (СМИ)</p>	<p>продукта телерадиовещательных СМИ А/07.6 Организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания</p> <p>ОТФ/ТФ С/А/03.6 Планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ</p> <p>ОТФ/ТФ С/А/01.6 Определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ; А/02.6 Подготовка создания сценарного материала нового продукта.</p> <p>ОТФ/ТФ С/А/03.6 Планирование создания нового продукта</p>	<p>другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам обществу, сформированный на основе анализа маркетинговых исследований</p>	<p>группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p> <p>Проектный: Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Технологический: Участие в производственном процессе создания бренда с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Организационный: Участие в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний, проектов и</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>телерадиовещателей СМИ.</p> <p>ОТФ/ТФ/А/01.6 Определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещателей СМИ.</p> <p>ОТФ/ТФ С/А/02.6 Подготовка создания сценарного материала нового продукта.</p>		<p>мероприятий с подготовкой основных документов по сопровождению проекта.</p> <p>Авторский: Осуществление авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p> <p>Социально-просветительский: Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта.</p> <p>Редакторский: Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами,</p>
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Креативные digital-технологии	Различные области жизнедеятельности, необходимые для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности	Отсутствует	Отсутствует	Системы в различных сферах деятельности; научные разработки и исследования	Деятельность в разных направлениях и областях наук	форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.
06 - Связь, информационные и коммуникационные технологии 06.043 - Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в глобальной информационно-	06.043 - Специалист по интернет-маркетингу	06.043 - Специалист по интернет-маркетингу	ОТФ/ГФ С/Н/01/6 Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Исследование поведения пользователей в информационно-	Текст рекламы и связей с общественностью, передаваемый по каналам сети Интернет, адресованный различным целевым группам общественности - коммуникационный продукт, передаваемый по сети	Технологический: Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в сети Интернет с применением современных информационных и коммуникационных технологий Организационный:	

	<p>коммуникационной сети «Интернет»</p>		<p>телекоммуникационной сети "Интернет" И/03.6 Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", /I/01.6 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" J/01.6 Проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" J/02.6 Организация и проведение электронных рассылок. J/03/6 Корректировка стратегии продвижения</p>	<p>Интернет, адресованный различным целевым группам.</p>	<p>Организация процесса создания коммуникационного продукта в сети Интернет</p> <p>Авторский: Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики онлайн коммуникации.</p>
--	-----------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>06 - Связь, информационные и коммуникационные технологии</p> <p>06.013 - Создание и управление информационными ресурсами в сети Интернет</p>	<p>06.013 - Специалист по информационным ресурсам</p>	<p>ОТФ/ТФ С/ I/03.6 J/03.6 Анализ трафика на веб-сайт. J/04.6 Составление отчетности по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".</p>	<p>Текст рекламы и связей с общественностью, передаваемый по каналам сети Интернет, адресованный различным целевым группам общестственности</p> <p>- коммуникационный продукт, передаваемый по сети Интернет, адресованный разным целевым группам.</p>	<p>Технологический:</p> <p>Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в сети Интернет с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Организационный:</p> <p>Организация процесса создания коммуникационного продукта в сети Интернет</p> <p>Авторский:</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			Контроль за наполнением сайта.	<p>Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики онлайн коммуникации</p> <p>Социально-просветительский: Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта.</p> <p>Редакторский: Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа</p>
--	--	--	--------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Различные области жизнедеятельности, необходимые для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности</p>	Отсутствует	Отсутствует	<p>Системы в различных сферах деятельности; научные разработки и исследования</p>	<p>Деятельность в разных направлениях и областях наук</p>
<p>Современные технологии создания медиатекстов рекламы и PR</p>	<p>11 - Средства массовой информации, издательство и полиграфия 11.005 - Производство продукции телерадиовещательных средств массовой информации</p>	<p>11.005 - Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации</p>	<p>ОТФ/ТФ С/ А/01.6; А/01.6 Определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ А/02.6 Подготовка создания сценарного материала нового продукта ОТФ/ТФ С/ А/06.6 Организация деятельности рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ</p>	<p>Полицодовый текст рекламы и связей с общественностью, передаваемый по различным каналам средств массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам /группам общестственности</p>	<p>Редакторский: Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации Авторский: Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных</p>

		<p>А/07.6 Организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания ОТФ/ТФ С/А/03.6 Планирование создания нового продукта телерадиовещател ьных СМИ.</p>		<p>каналов коммуникации</p> <p>Технологический: Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Маркетинговый; Применение основных технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p> <p>Социально- просветительский: Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта</p>
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Различные области жизнедеятельности, необходимые для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности</p>	<p>Отсутствует</p>	<p>Отсутствует</p>	<p>Системы в различных сферах деятельности; научные разработки и исследования</p>	<p>Деятельность в разных направлениях и областях наук</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------	--------------------	-----------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения программы бакалавриата 42.03.01/33.01 Реклама и связи с общественностью у выпускников должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

Универсальные компетенции (табл. 2):

Таблица 2.

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальных компетенций выпускника образовательной программы
Системное и критическое мышление	УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач, вырабатывать стратегию действий
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
Командная работа и лидерство	УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
Коммуникация	УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Межкультурное взаимодействие	УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-7 - Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Безопасность жизнедеятельности	УК-8 - Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
Владение информационными технологиями	УК-9 - Способен выполнять поиск, обработку, передачу и хранение информации в цифровой форме с использованием современных технических средств, коммуникационных сервисов и профессиональных баз данных с учетом требований информационной безопасности в рамках действующего законодательства

Общепрофессиональные компетенции (табл. 3):

Таблица 3.

<p>Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций</p>	<p>Код и наименование общепрофессиональных компетенций выпускника образовательной программы</p>
<p>Анализ явлений и процессов</p>	<p>ОПК-1 - Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических и теоретических подходов</p>
<p>Сбор и анализ данных</p>	<p>ОПК-2 - Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p>
<p>Выявление и решение проблем</p>	<p>ОПК-3 - Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом</p>
<p>Организация, управление и администрирование</p>	<p>ОПК-4 - Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры</p>
<p>Взаимодействие</p>	<p>ОПК-5 - Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p>
<p>Профессиональная культура</p>	<p>ОПК-6 - Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p>

Профессиональные компетенции выпускников образовательной программы (табл. 4):

Профессиональные компетенции выпускников ОП разработаны на основе соответствующих профессиональных стандартов (при наличии), а также на основе анализа требований к профессиональным компетенциям выпускников образовательной программы, предъявляемым на региональном рынке труда, обобщения зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, иных источников.

Таблица 4.

Наименование траектории ОП	Тип (типы) задач профессиональной деятельности	Профессиональные компетенции, формируемые в рамках образовательной траектории ОП / образовательной программы, соответствующие типам задач	Код(ы) профессиональных стандартов, код(ы) обобщенных трудовых функций/трудовых функций, с которыми связана компетенция
-----------------------------------	-------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>Бренд-менеджмент</p>	<p>Маркетинговый: Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p> <p>Проектный: Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Технологический: Участие в производственном процессе создания бренда с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Организационный: Участие в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий с подготовкой основных документов по сопровождению проекта.</p> <p>Социально-просветительский:</p>	<p>ПК-1 - Способен участвовать в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий с подготовкой основных документов по сопровождению проекта</p> <p>ПК-3 - Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p> <p>ПК-4 - Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК-6 - Способен принимать участие в управлении внешними и внутренними коммуникациями фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>ПК-7 - Способен принимать участие в разработке и реализации стратегии продвижения марки и бренда на основе анализа данных маркетинговых</p>	<p>ПС 06.009, ОТФ/ТФ ОТФ/ТФ/ В/04.6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ</p> <p>ОТФ/ТФ В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ; В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ. ОТФ/ТФ/ В/03.6 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ.</p> <p>ОТФ/ТФ С А/07.6 Организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания.</p>
-------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта.	исследований: ее миссии и видения, коммуникационной и информационной политики, PR-стратегии, корпоративной культуры, имиджа, репутации, бренда	
--	--------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

<p>Маркетинговый: Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p> <p>Проектный: Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Технологический: Участие в производственном процессе создания бренда с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Организационный: Участие в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий с подготовкой основных документов по сопровождению проекта.</p> <p>Авторский: Осуществление авторской деятельности с</p>	<p>ПК-1 - Способен участвовать в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий с подготовкой основных документов по сопровождению проекта</p> <p>ПК-2 - Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-3 - Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p> <p>ПК-4 - Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК-5 - Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа</p> <p>ПК-6 - Способен принимать участие в управлении внешними</p>	<p>ПС 11.005, ОТФ/ТФ ОТФ/ТФ С/ А/06.6 Организация деятельности рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ А/07.6 Организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания</p> <p>ОТФ/ТФ С/А/03.6 Планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ</p> <p>ОТФ/ТФ С/А/01.6 Определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ; А/02.6 Подготовка создания сценарного материала нового продукта.</p> <p>ОТФ/ТФ С/А/03.6 Планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ.</p> <p>ОТФ/ТФ/А/01.6 Определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ.</p> <p>ОТФ/ТФ С/ А/02.6 Подготовка создания сценарного материала нового продукта.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p> <p>Социально-просветительский: Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта.</p> <p>Редакторский: Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.</p>	<p>и внутренними коммуникациями фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>ПК-8 - Способен применять в профессиональной деятельности по созданию бренда основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p>	
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

	Деятельность в разных направлениях и областях наук	ПК-М - Способность к приобретению новых, расширению и углублению полученных ранее знаний, умений и компетенций в различных областях жизнедеятельности, необходимых для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук	Отсутствует
--	----------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------

<p>Креативные digital-технологии</p>	<p>Технологический: Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в сети Интернет с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Организационный: Организация процесса создания коммуникационного продукта в сети Интернет</p> <p>Авторский: Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики онлайн коммуникации.</p>	<p>ПК-9 - Способен эффективно использовать инструменты комплекса интернет-маркетинга в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-10 - Способен разработать рекламную и PR-кампанию для предприятия в интернет-среде</p>	<p>ПС 06.043, ОТФ/ТФ ОТФ/ТФ С/Н/01/6 Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Н 02/6 Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Н/03.6 Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", /И/01.6 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" J/01.6 Проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" J/02.6 Организация и проведение электронных рассылок. J 03/6 Корректировка стратегии продвижения ОТФ/ТФ С/ И/03.6 J/03.6 Анализ трафика на веб-сайт. J/04.6 Составление отчетности по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".</p>
--------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Технологический: Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в сети Интернет с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Организационный: Организация процесса создания коммуникационного продукта в сети Интернет</p> <p>Авторский: Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики онлайн коммуникации</p> <p>Социально-просветительский: Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта.</p> <p>Редакторский: Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа</p>	<p>ПК-1 - Способен участвовать в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий с подготовкой основных документов по сопровождению проекта</p> <p>ПК-4 - Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК-5 - Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа</p> <p>ПК-9 - Способен эффективно использовать инструменты комплекса интернет-маркетинга в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-10 - Способен разработать рекламную и PR-кампанию для предприятия в интернет-среде</p> <p>ПК-11 - Способен создавать медиатексты и медиапродукты, учитывая специфику он-лайн размещения</p>	<p>ПС 06.013, ОТФ/ТФ ОТФ/ТФ С/ С/05.6 05.6 Анализ информационных потребностей посетителей сайта. С/07.6 Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта.</p> <p>ОТФ/ТФ С/С/06.6 С/01.6 Организация работ по созданию и редактированию контента. С/02/6 Управление информацией из различных источников. С/03/6 Контроль за наполнением сайта.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	Деятельность в разных направлениях и областях наук	ПК-М - Способность к приобретению новых, расширению и углублению полученных ранее знаний, умений и компетенций в различных областях жизнедеятельности, необходимых для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук	Отсутствует

<p>Современные технологии создания медиатекстов рекламы и PR</p>	<p>Редакторский: Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации</p> <p>Авторский: Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации</p> <p>Технологический: Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Маркетинговый; Применение основных технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p> <p>Социально-просветительский: Продвижение социально значимых</p>	<p>ПК-12 - Способен создавать и редактировать эффективные поликодовые тексты разных жанров с учетом специфики канала коммуникации</p> <p>ПК-13 - Способен применять различные виды художественной, визуальной и вербальной коммуникации для решения профессиональных задач</p> <p>ПК-14 - Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы</p>	<p>ПС 11.005, ОТФ/ТФ ОТФ/ТФ С/ А/01.6;А/01.6 Определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ</p> <p>А/02.6 Подготовка создания сценарного материала нового продукта ОТФ/ТФ С/ А/06.6 Организация деятельности рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ</p> <p>А/07.6 Организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания ОТФ/ТФ С/А/03.6 Планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ.</p>
------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	ценностей с помощью коммуникационного продукта		
	Деятельность в разных направлениях и областях наук	ПК-М - Способность к приобретению новых, расширению и углублению полученных ранее знаний, умений и компетенций в различных областях жизнедеятельности, необходимых для успешной реализации в сфере профессиональной деятельности, в том числе на стыке разных направлений деятельности и областей наук	Отсутствует

4. СТРУКТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

4.1. Для формирования компетенций выпускников разработана модульная структура образовательной программы (табл. 5) с определенной трудоемкостью освоения, выраженной в зачетных единицах и позволяющая достичь всех результатов обучения по программе.

Образовательная программа содержит модули (дисциплины), формирующие универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

4.2. Структура образовательной программы включает модули (дисциплины) обязательной части и части, формируемой участниками образовательных отношений.

Структура образовательной программы является основой для разработки учебного плана.

Таблица 5.

Модульная структура образовательной программы 42.03.01/33.01 Реклама и связи с общественностью

Структура образовательной программы		Объем программы (з.е.)
Блок 1	«Дисциплины (модули)»	204
	Модули обязательной части	92
	Модули части, формируемые участниками образовательных отношений	112
Блок 2	Практика	27
	Производственная практика	24

	Учебная практика	3
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	6
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	3
Блок 4	Факультативы	не менее 3 з.е.
Объем образовательной программы:		240

4.3. Инвалидам и лицам с ОВЗ (по их заявлению) предоставляется возможность обучения по адаптируемой образовательной программе, учитывающей особенности их психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости, обеспечивающей коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

5.1. Общесистемные требования, требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации программы бакалавриата «42.03.01/33.01 Реклама и связи с общественностью» соответствуют СУОС УрФУ в области образования 03 НАУКИ ОБ ОБЩЕСТВЕ

5.2. Обеспечение качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе.

Для внутреннего обеспечения качества образовательной деятельности по образовательной программе и постоянного совершенствования образовательной деятельности используется инструментарий Системы менеджмента качества. В рамках системы проводится постоянный анализ удовлетворенности студентов и преподавателей, участвующих в реализации программы.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе и подтверждение соответствия качества подготовки выпускников программы образовательному стандарту УрФУ, профессиональным стандартам (при наличии) и требованиям регионального рынка труда осуществляется в рамках процедуры государственной итоговой аттестации, процедуры государственной аккредитации, может осуществляться в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе зарубежными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры. (Свидетельства о результатах внешней оценки образовательных достижений, обучающихся по ОП приводятся в Приложении 3).

6. ПРИЛОЖЕНИЯ К ОБЩЕЙ ХАРАКТЕРИСТИКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Приложение 1. Перечень профессиональных стандартов.

Приложение 2. Акты согласования ОП с работодателями.

Приложение 3. Сведения о внешней оценке качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе.

**Перечень профессиональных стандартов,
используемых при разработке образовательной программы
42.03.01/33.01 Реклама и связи с общественностью**

№ п/п	Код ПС	Наименование ПС	Реквизиты приказа Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации об утверждении; реквизиты изменений в профессиональный стандарт	Дата и регистрационный номер Министерства юстиции Российской Федерации; дата и регистрационный номер Минюста РФ при внесении изменений в профессиональный стандарт
1	06.009	Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	535н 04.08.2014	33973 04.09.2014
2	06.013	Специалист по информационным ресурсам	629н 08.09.2014 727н 12.12.2016	34136 26.09.2014 45230 13.01.2017
3	06.043	Специалист по интернет-маркетингу	95н 19.02.2019	54635 16.05.2019
4	11.005	Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации	811н 28.10.2014	34949 26.11.2014

Внешняя оценка качества образовательных достижений и подготовки обучающихся по ОП не проводилась.