

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 образовательной деятельности

С.Т. Князев

20__ г.

9 ОКТ 2020

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 № 832/03 от 13.10.2020

Екатеринбург, 2020

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:

Учебный отдел



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 компетентного 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).

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/трудовые 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/трудовым функциям и объектам профессиональной деятельности в рамках траектории образовательной программы
1	2	3	4	5	6

<p>Бренд-менеджмент</p>	<p>06 - Связь, информационные и коммуникационные технологии 06.009 - Организация продвижения и распространения продукции средств массовой информации (СМИ), включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания</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 общественности, 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>Социально-просветительский: Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта.</p>
	11 - Средства массовой информации, издательство и полиграфия	11.005 - Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации	ОТФ/ТФ С/ А/06.6 Организация деятельности рабочей группы по созданию нового	Коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и	Маркетинговый: Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными

	<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 общественности, 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>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>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>
--	--	--	--	--	--

					форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.
	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
Креативные digital-технологии	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	ОТФ/ТФ С/Н/01/6 Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Н 02/6 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" Н/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 разным 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 и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики онлайн коммуникации.</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>06 - Связь, информационные и коммуникационные технологии 06.013 - Создание и управление информационными ресурсами в сети Интернет</p>	<p>06.013 - Специалист по информационным ресурсам</p>	<p>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</p>	<p>Текст рекламы и связей с общественностью, передаваемый по каналам сети Интернет, адресованный различным целевым группам общественности</p> <p>- коммуникационный продукт, передаваемый по сети Интернет, адресованный разным целевым группам.</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:</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>
--	--	--	--------------------------------	--	---

	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
Современные технологии создания медиатекстов рекламы и PR	11 - Средства массовой информации, издательство и полиграфия 11.005 - Производство продукции телерадиовещательных средств массовой информации (СМИ)	11.005 - Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации	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	Поликодовый текст рекламы и связей с общественностью, передаваемый по различным каналам средств массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам /группам общественности	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 и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных

			<p>A/07.6 Организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания ОТФ/ТФ С/А/03.6 Планирование создания нового продукта телерадиовещательных 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>
--	--	--	---	--	--

	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
--	--	-------------	-------------	--	--

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 в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
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
Инклюзивная компетентность	УК-10 - Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-11 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Гражданская позиция	УК-12 - Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

Общепрофессиональные компетенции (табл. 3):

Таблица 3.

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональных компетенций выпускника образовательной программы
Анализ явлений и процессов	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
Сбор и анализ данных	ОПК-2 - Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности
Выявление и решение проблем	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
Организация, управление и администрирование	ОПК-4 - Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры
Взаимодействие	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
Профессиональная культура	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

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</p> <p>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", /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 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>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.