



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

И.А. Кузнецова

29 июня 2021 года

ОПИСАНИЕ

основной образовательной программы (ООП)

высшего образования по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью

прием 2019 год

ООП реализуется в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 8 июня 2017 № 512.

- 1. Квалификация, присваиваемая выпускникам – бакалавр.**
- 2. Объем программы бакалавриата** составляет 240 зачетных единиц.
- 3. ООП реализуется** в очной форме.
- 4. Срок получения образования по ООП:**
в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 4 года.
- 5. При реализации ООП применяется** электронное обучение, дистанционные образовательные технологии.
- 6. Требования к уровню образования лиц, поступающих на обучение по ООП – абитуриент** должен иметь документ о среднем общем образовании или документ о среднем профессиональном образовании, или документ о высшем образовании и о квалификации.
- 7. Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие ООП, могут осуществлять профессиональную деятельность:**
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).
- 8. В рамках освоения ООП выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:**
 - организационный;
 - проектный;
 - социально-просветительский.

9. Профессиональные задачи, которые должен быть готов решать выпускник, освоивший ООП:

организационный тип задач профессиональной деятельности:

- организация процесса создания коммуникационного продукта;

проектный тип задач профессиональной деятельности:

- участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;

социально-просветительский тип задач профессиональной деятельности:

- продвижение социально-значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта.

10. Результаты освоения ООП.

В результате освоения ООП у выпускника должны быть сформированы следующие компетенции:

Универсальные компетенции (УК):

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

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;

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

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

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

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

УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;

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;

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;

УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению;

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

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

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

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

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

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности;

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

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-1. Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами;

ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

ПК-3. Способен осуществлять связи с общественностью в учреждениях, на предприятиях, в организациях;

ПК-4. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

11. Дисциплины и практики, предусмотренные ООП:

Дисциплины:

Интернет и электронные презентации, Инновационная деятельность, Традиции и обычаи народов мира, Религиоведение, Реклама на TV, Организация публичных мероприятий, Персональный брендинг, Геополитика, Городская реклама, Планирование и реализация рекламной кампании, Проведение избирательных кампаний, Торговые марки и бренды, Регионоведение, Региональная экономика и управление, Массовые формы промоушена, Реклама в туризме, Всеобщая история, Экономика, Философия, Историческая социология, Психология общения, Основы права, Иностранный язык, Современный русский язык, История России, Методы научных исследований в рекламной деятельности, История литературы и искусства (до конца XVII века), Стилистика, Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях, Цифровые коммуникации, Прикладная физическая культура, Физическая культура и спорт, Безопасность жизнедеятельности, Теория и практика зарубежных массмедиа, Теория и практика рекламы, Теория и практика связей с общественностью, Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации, Введение в коммуникационные специальности, Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе, Интегрированные коммуникации, Социокультурное проектирование, Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы, Менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Организация и проведение коммуникационных кампаний, История литературы и искусства (XVIII-XIX вв.), Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью, Политическая история России в XX веке, Теория и практика отечественных массмедиа, Управление кризисными ситуациями, Общественные организации в современной России, Технологии формирования и методы изучения общественного мнения, Научное и литературное редактирование и копирайтинг, Основы тележурналистики, Культурология, Отечественное искусство XX - начала XXI века, Этнические процессы в современном мире, Компьютерный дизайн в рекламе, Современные креативные технологии, Антикризисный PR, Связи с общественностью в государственном и муниципальном управлении, Профессиональная этика и этикет.

Практики:

Профессионально-ознакомительная практика, Профессионально-творческая практика, Преддипломная практика.

Факультативы:

Культура Ярославского края, Имиджмейкинг.

12. Формы проведения государственной итоговой аттестации: защита выпускной квалификационной работы.