



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  
прием 2018 год**

**Направленность (профиль):** Реклама и связи с общественностью.

**Программа** Прикладного бакалавриата.

ООП реализуется в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 № 997.

- 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.

**При реализации ООП применяется** электронное обучение, дистанционные образовательные технологии.

- 5. Требования к уровню образования лиц, поступающим 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.
- 6. Область профессиональной деятельности выпускников:**
  - коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
  - техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
  - технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде;
  - общественное мнение.

## **7. Объекты профессиональной деятельности выпускников:**

- федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;
- научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;
- производственные и сервисные предприятия.

## **8. Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие ООП:**

**основные:** организационно-управленческая, проектная, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая, информационно-технологическая.

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

*организационно-управленческая деятельность:*

- участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

*проектная деятельность:*

- участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;
- подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

*коммуникационная деятельность:*

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

*рекламно-информационная деятельность:*

- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

*рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:*

- участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;

*информационно-технологическая деятельность:*

- участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
- участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

**10. Результаты освоения ООП. В результате освоения ООП выпускник должен обладать следующими компетенциями:**

**Общекультурными компетенциями (ОК):**

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

**Общепрофессиональными компетенциями (ОПК):**

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

**Профессиональными компетенциями (ПК):**

*организационно-управленческая деятельность:*

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

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

*проектная деятельность:*

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

*коммуникационная деятельность:*

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

*рекламно-информационная деятельность:*

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

*рыночно-исследовательская и прогностно-аналитическая деятельность:*

- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

*информационно-технологическая деятельность:*

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);
- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

## **11. Дисциплины и практики, предусмотренные ООП:**

### **Дисциплины:**

Русский язык и культура речи, Иностранный язык, История, Культурология, Психология, Социология, Философия, Экономика, Математика и статистика, Компьютерные технологии и информатика, Основы теории коммуникации, Социология массовых коммуникаций, Психология массовых коммуникаций, Теория и практика массовой информации, Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью), Основы менеджмента, Теория и практика переговорного процесса, Безопасность жизнедеятельности, Физическая культура и спорт, Основы маркетинга, Введение в специальность: связи с общественностью, Основы рекламы, Методы научных исследований в рекламной деятельности, Риторика, Политическая история России в XX веке, Технологии формирования и методы изучения общественного мнения, Научное и

литературное редактирование и копирайтинг, Конфликтология, Управление кризисными ситуациями, Всеобщая история, Брендинг территорий, Основы права, Концепции современного естествознания, Иностранный язык в связях с общественностью, Деловое общение на иностранном языке, Электронная коммерция в рекламной деятельности, Этнические процессы в современном мире, Компьютерный дизайн в рекламе, Прикладная физическая культура, Интернет и электронные презентации, Инновационная деятельность, Религиоведение, Религии народов мира, Реклама на TV, Современные зарубежные СМИ, Связи с общественностью в государственном и муниципальном управлении, Профессиональная этика и этикет, Персональный брендинг, Геополитика, Правовое регулирование рекламной деятельности, Основы тележурналистики, Городская реклама, Современные российские СМИ, Проведение избирательных кампаний, Торговые марки и бренды, Регионоведение, Региональная экономика и управление, Массовые формы промоушена, Реклама в туризме.

#### **Практики:**

Учебно-ознакомительная практика, Организационно-управленческая практика, Коммуникационная практика, Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, Рекламно-технологическая практика, Информационно-технологическая практика, Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, Преддипломная практика, Научно-исследовательская работа.

#### **Факультативы:**

Имиджмейкинг, Общественные организации в современной России, Диджитал-маркетинг.

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

**13. В результате освоения ООП выпускник будет способен:**

- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;
- владеть знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, СМИ, отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах;
- планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия.

Выпускник будет обладать базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеть навыками литературного редактирования, копирайтинга, обладать базовыми навыками бренд-менеджмента и базовыми навыками медиапланирования. Обладать базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами. Выпускник будет способен проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий, реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности, способен к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд.