

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**



«УТВЕРЖДАЮ»

Врио ректора

Д.К. Проскурин

«31» 08 2021 г.

**ОСНОВНАЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
(программа бакалавриата)**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: : очная/заочная

Срок освоения образовательной программы: 4 года / 4 года 11 месяцев

Год начала подготовки: 2018

Воронеж – 2021

Основная профессиональная образовательная программа – программа бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью разработана на основании требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённого приказом Минобрнауки России от 08.06. 2017 г. № 512.

Основная профессиональная образовательная программа рассмотрена на заседании кафедры связей с общественностью от 30.08.2021 г., протокол № 1.

Руководитель ОПОП  _____ Н.Н. Скрипникова

Заведующий кафедрой  _____ Н.Н. Скрипникова

Проректор по учебной работе  _____ А.И. Колосов

Основная профессиональная образовательная программа рассмотрена и утверждена решением Ученого совета ВГТУ от 31.08.2021 г., протокол № 1.

Основная профессиональная образовательная программа согласована с представителями работодателей:

Селиванова Е.С.,
Автономная некоммерческая организация
«Агентство региональных социально-экономических
проектов» (АРСЭП)

Чеснова Е.В.,
ООО Маркетинговое агентство «Авангард»

Деревякин И.В.,
ООО РИА «Черноземье»

Оглавление

| | |
|---|----|
| 1 Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования – бакалавриат «Реклама и связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью | 4 |
| 1.1 Назначение и область применения..... | 4 |
| 1.2 Нормативные документы для разработки ОПОП ВО | 4 |
| 1.3 Цель ОПОП..... | 5 |
| 1.4 Характеристика ОПОП..... | 5 |
| 2 Общая характеристика профессиональной деятельности выпускников в соответствии с требованиями ФГОС ВО – бакалавриат 42.03.01 Реклама и связи с общественностью | 6 |
| 2.1 Области и сферы профессиональной деятельности выпускников..... | 6 |
| 2.2 Направленность программы, типы задач и задачи профессиональной деятельности выпускников | 6 |
| 3 Характеристика структуры ОПОП..... | 7 |
| 4 Планируемые результаты освоения ОПОП..... | 8 |
| 5 Условия реализации ОПОП | 40 |
| 5.1 Общесистемные требования к реализации ОПОП | 40 |
| 5.2 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение ОПОП | 40 |
| 5.3 Кадровые условия реализации ОПОП | 41 |
| 5.4 Финансовые условия реализации ОПОП..... | 42 |
| 6 Механизмы оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП..... | 42 |
| 7 Рецензии на ОПОП..... | 44 |
| 8 Лист регистрации изменений | 47 |

1 Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования – бакалавриат «Реклама и связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

1.1 Назначение и область применения

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования – бакалавриат «Реклама и связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (далее - ОПОП) представляет собой комплекс документов, разработанных и утвержденных федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Воронежский государственный технический университет» (далее – ВГТУ) с учетом потребностей регионального рынка труда на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее - ФГОС ВО) – бакалавриат 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Минобрнауки России от 8 июня 2017 г. № 512, и профессиональных стандартов.

1.2 Нормативные документы для разработки ОПОП ВО

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- приказ Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- приказ Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;
- Федеральный закон от 02.12.2019 г. №403-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации»;
- федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования уровень высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки России от 8 июня 2017 г. № 512;
- профессиональный стандарт 06.013 «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты

Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г. N 34136).

- Устав ВГТУ;
- локальные нормативные акты и методические документы ВГТУ.

1.3 Цель ОПОП

Целью настоящей ОПОП является обеспечение комплексной и качественной подготовки квалифицированных, конкурентоспособных специалистов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, способных эффективно решать профессиональные задачи на предприятиях и в организациях в условиях конкурентных рынков.

ОПОП ВО регламентирует цели, объём, содержание, планируемые результаты обучения, а также организационно-педагогические условия, технологии реализации образовательного процесса, оценки качества подготовки выпускников по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, календарный учебный график, рабочие программы дисциплин, программы практик, программу государственной итоговой аттестации, оценочные и методические материалы, обеспечивающие реализацию образовательной программы.

К освоению ОПОП допускаются лица, имеющие среднее общее образование.

1.4 Характеристика ОПОП

Обучение по ОПОП в ВГТУ осуществляется в очной и заочной формах.

Программа бакалавриата реализуется на государственном языке Российской Федерации.

Срок получения образования по ОПОП составляет:

- в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет – 4 года;
- в заочной форме обучения - 4 года 11 месяцев.
- при обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть увеличен по их заявлению не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

Объем ОПОП составляет 240 зачетных единиц (з. е.).

Объем ОПОП, реализуемый за один учебный год, составляет:

- не более 70 з. е. вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы магистратуры по индивидуальному учебному плану (за исключением ускоренного обучения);
- при ускоренном обучении - не более 80 з. е.

2 Общая характеристика профессиональной деятельности выпускников в соответствии с требованиями ФГОС ВО – бакалавриат 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

2.1 Области и сферы профессиональной деятельности выпускников

Области и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата, могут осуществлять профессиональную деятельность:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии:

– сфера продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы.

Сфера рекламы и связей с общественностью.

2.2 Направленность программы, типы задач и задачи профессиональной деятельности выпускников

В рамках освоения ОПОП выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- авторский;
- проектный;
- маркетинговый.

Направленность (профиль) ОПОП бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» конкретизирует содержание программы в рамках направления подготовки путем ориентации на:

- область и сферы профессиональной деятельности выпускников;
- типы задач и задачи профессиональной деятельности выпускников;
- объекты профессиональной деятельности выпускников.

Задачи профессиональной деятельности:

| Область профессиональной деятельности (по реестру Минтруда) | Типы задач профессиональной деятельности | Задачи профессиональной деятельности |
|---|--|--|
| 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии | авторский | осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы/связей с общественностью и иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации |
| | проектный | участие в разработке и реализации индивидуального или коллективного |

| | | |
|--|---------------|--|
| | | проекта в сфере рекламы и связей с общественностью |
| | маркетинговый | продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации |

3 Характеристика структуры ОПОП

Структура ОПОП магистратуры включает следующие блоки:

- Блок 1 «Дисциплины (модули)»;
- Блок 2 «Практика»;
- Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

Структура и объем ОПОП

Таблица

| Структура ОПОП | | Объем программы магистратуры и ее блоков в з. е. | |
|----------------|-------------------------------------|--|-------------------|
| | | По ФГОС ВО | По учебному плану |
| Блок 1 | Дисциплины (модули) | не менее 165 | 204 |
| Блок 2 | Практика | не менее 27 | 27 |
| Блок 3 | Государственная итоговая аттестация | 6-9 | 9 |
| Объем ОПОП | | 240 | 240 |

В Блок 2 «Практика» входят учебная и производственная практики. Типы и объемы практик определены в учебных планах.

Тип учебной практики:

- профессионально-ознакомительная практика;

Типы производственной практики:

- профессионально-творческая практика;
- профессионально-исполнительская практика;
- научно-исследовательская работа (практика);

– преддипломная практика.

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

ОПОП обеспечивает обучающимся возможность освоения элективных дисциплин (модулей) и факультативных дисциплин (модулей). Факультативные дисциплины не включаются в объем ОПОП.

В рамках ОПОП выделены обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений.

К обязательной части ОПОП относятся дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных и общепрофессиональных компетенций.

Дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных компетенций, включены и в обязательную часть программы магистратуры, и в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, составляет не менее 40 процентов общего объема ОПОП.

ВГТУ предоставляет инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья по их заявлению возможность обучения по программе магистратуры, учитывающей особенности их психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости, обеспечивающей коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

Особенности организации образовательного процесса по ОПОП ВО для лиц с ограниченными возможностями здоровья регулируются Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по ОПОП высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301, раздел III) и локальным нормативным актом ВГТУ.

4 Планируемые результаты освоения ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника будут сформированы компетенции, установленные ОПОП магистратуры.

ОПОП устанавливает следующие универсальные компетенции:

| Категория универсальных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции |
|-------------------------------------|--|---|
| Системное и критическое | УК- 1. Способен осуществлять поиск, | ИД-1ук-1 Знает: методики сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере |

| | | |
|----------------------------------|---|--|
| мышление | критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | <p>профессиональной деятельности; метод системного анализа</p> <p>ИД-2ук-1. Умеет: применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников</p> <p>ИД-3ук-1. Владеет: методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; методикой системного подхода для решения поставленных задач</p> |
| 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 | <p>ИД-1ук-2. Знает: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность</p> <p>ИД-2ук-2. Умеет: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; использовать нормативно- правовую документацию в сфере профессиональной деятельности</p> <p>ИД-3ук-2. Владеет: методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта, навыками работы с нормативно- правовой документацией</p> |
| Командная работа и лидерство | УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | <p>ИД-1ук-3. Знает: основные приемы и нормы социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии</p> <p>ИД-2ук-3. Умеет: устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды</p> <p>ИД-3ук-3. Владеет: простейшими методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде</p> |
| Коммуникация | УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в | ИД-1ук-4. Знает: принципы построения устного и письменного высказывания на русском и иностранном языках; правила и закономерности |

| | | |
|---|--|--|
| | устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | деловой устной и письменной коммуникации ИД-2ук-4. Умеет: применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках; методикой составления суждения в межличностном деловом общении на русском и иностранном языках ИД-3ук-4. Владеет: навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в профессиональном общении; навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на русском и иностранных языках; методикой составления суждения в межличностном деловом общении на русском и иностранном языках |
| Межкультурное взаимодействие | УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | ИД-1ук-5. Знает: закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте ИД-2ук-5. Умеет: понимать и воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контексте ИД-3ук-5. Владеет: простейшими методами адекватного восприятия межкультурного многообразия общества с социально-историческом, этическом и философском контекстах; навыками общения в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения |
| Самоорганизация и саморазвитие (в т. ч. здоровьесбережение) | УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | ИД-1ук-6. Знает: основные приемы эффективного управления собственным временем; основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни ИД-2ук-6. Умеет: эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения ИД-3ук-6. Владеет: методами управления собственным временем; технологиями приобретения, использования и обновления социо-культурных и профессиональных знаний, умений, и навыков; методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни |
| | УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для | ИД-1ук-7 Знает: виды физических упражнений; роль и значение физической культуры в жизни человека и общества; научно-практические основы физической культуры, профилактики |

| | | |
|---|---|--|
| | <p>обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p> | <p>вредных привычек и здорового образа и стиля жизни ИД-2ук-7 Умеет: применять на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; использовать средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни ИД-3ук-7 Владеет: средствами и методами укрепления индивидуального здоровья для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p> |
| <p>Безопасность жизнедеятельности и</p> | <p>УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p> | <p>ИД-1ук-8. Знает: классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций; принципы организации безопасности труда на предприятии, технические средства защиты людей в условиях чрезвычайной ситуации ИД-2ук-8. Умеет: поддерживать безопасные условия жизнедеятельности; выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности и принимать меры по ее предупреждению ИД-3ук-8. Владеет: методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций</p> |
| <p>Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность</p> | <p>УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p> | <p>ИД-1ук-9. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике ИД-2ук-9. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личный бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски</p> |

| | | |
|---------------------|---|---|
| Гражданская позиция | УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению | ИД-1ук-10. Демонстрирует знание действующих правовых и этических норм, обеспечивающих борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности ИД-2ук-10. Использует навыки социального взаимодействия, основанные на нетерпимом отношении к коррупции, осознает этические и правовые последствия собственных действий или бездействий в условиях возникновения коррупционных ситуаций |
|---------------------|---|---|

ОПОП устанавливает следующие общепрофессиональные компетенции (ОПК):

| Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций | Код и наименование общепрофессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции |
|--|---|--|
| Продукт профессиональной деятельности | 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 | ИД-1опк-1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ИД-2опк-1. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем |
| Общество и государство | ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | ИД-1опк-2. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ИД-2опк-2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов |
| Культура | ОПК-3. Способен использовать многообразие | ИД-1опк-3. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса |

| | | |
|-------------------------------|---|---|
| | достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | ИД-2опк-3. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. |
| Аудитория | ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | ИД-1опк-4. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ИД-2опк-4. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов |
| Медиакоммуникационная система | 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 | ИД-1опк-5. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИД-2опк-5. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы |
| Технологии | ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач в профессиональной деятельности | ИД-1опк-6. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ИД-2опк-6. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов |
| Эффекты | ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной | ИД-1опк-7. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности |

| | | |
|--|---|---|
| | деятельности, следуя принципам социальной ответственности | ИД-20пк-7. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом |
|--|---|---|

Профессиональные компетенции установлены ОПОП бакалавриата и сформированы на основе профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, а также на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники: Правительство Воронежской области, МФЦ Воронежской области, Агентство социально-экономических проектов ЦЧР, Торгово-промышленная Палата Воронежской области, Сбербанк России, ВГТРК, ТВ «Губерния», Матч ТВ, информационный портал Абирег, коммуникационная Группа МедиаАльянс, РИА Воронеж, журнал «Слова», Ассоциация «Галерея Чижова», ГК Хамина, маркетинговое агентство «Авангард», креативное агентство «FABULA», рекламное агентство «Кролики и Великаны», гостиничный комплекс «Яр», строительная компания «Выбор», компания «ЭФКО»; государственные и муниципальные организации и предприятия Воронежской области; общественные организации, коммерческие компании, собственный бизнес и др.

Для определения профессиональных компетенций на основе профессиональных стандартов выбраны профессиональные стандарты, соответствующие профессиональной деятельности выпускников по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, из числа указанных в приложении к ФГОС ВО:

| № п/п | Код профессионального стандарта | Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта |
|--|---------------------------------|---|
| 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии | | |
| 1 | 06.013 | Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н |

Из выбранных профессиональных стандартов выделены обобщенные

трудо­вые функ­ции, соот­вет­ст­вую­щие про­фес­си­ональ­ной дея­тель­но­сти вы­пус­кни­ков, на ос­но­ве 5 и 6 уров­ня ква­ли­фи­ка­ции и тре­бо­ва­ний раз­де­ла «Тре­бо­ва­ния к об­ра­зо­ва­нию и об­уче­нию».

| Код и наименование профессионального стандарта | Код и наименование обобщенной трудовой функции | Код и наименование выбранной трудовой функции | Номер уровня квалификации (5, 6 – бакалавриат) |
|--|--|--|--|
| 06.013 «Специалист по информационным ресурсам» | В. Создание и редактирование информационных ресурсов | В02.5 Написание информационных материалов для сайта | 5 |
| | | В04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях | 5 |
| | С. Управление (менеджмент) информационными ресурсами | С01.6 Организация работ по созданию и редактированию контента | 6 |
| | | С02.6 Управление информацией из различных источников | 6 |
| | | С05.6 Анализ информационных потребностей посетителей сайта | 6 |

В соответствии с выбранными трудовыми функциями и с учетом необходимого квалификационного уровня ОПОП устанавливает следующие профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

| Тип задач профессиональной деятельности | Код и наименование профессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции | Основание (ссылка на профстандарт) |
|---|--|---|------------------------------------|
| авторский | ПК-1 Способность осуществлять проработку содержания профессиональной коммуникации | ИД-1 ПК-1. Способен создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации целевой аудиторией, а также исходя из принципов бесконфликтного общения. ИД-2 ПК-1. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала | ПС 06.013 (трудовая функция С01.6) |
| | ПК-3 Способность | ИД-1 ПК-3. При реализации | ПС 06.013 |

| | | | |
|-----------|---|---|------------------------------------|
| | применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде ИД-2пк-3. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта | (трудовая функция В04.5) |
| | ПК-6 Способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ИД-1пк-6. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИД-2пк-6 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ИД-3пк-6. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании | ПС 06.013 (трудовая функция С01.6) |
| проектный | ПК-2 Способность участвовать в планировании и организации системы коммуникаций в организации | ИД-1пк-2. Использует основные инструменты внутренних коммуникаций при построении организационной системы коммуникаций ИД-2пк-2. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ИД-3пк-2. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций | ПС 06.013 (трудовая функция С01.6) |
| | ПК-4 Способность осуществлять профессиональные функции по | ИД-1пк-4. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимые каналы получения информации, | ПС 06.013 (трудовая функция С02.6) |

| | | | |
|---------------|--|--|---------------------------------------|
| | управлению информацией из различных источников | техническое оборудование и программное обеспечение ИД-2пк-4. Владеет программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет | |
| | ПК-5 Способность осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии | ИД-1пк-5. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИД-2пк-5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии | ПС 06.013 (трудовая функция С02.6) |
| | ПК-9 Способность принимать участие в планировании и реализации коммуникационных кампаний | ИД-1пк-9. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ИД-2пк-9. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИД-3пк-9. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта | |
| | ПК-10 Способность осуществлять контроль и оценку эффективности коммуникаций | ИД-1пк-10. Имеет представление о формах и методах контроля обратной связи с медиапотребителями ИД-2пк-10. Осуществляет контроль и оценку эффективности продвижения коммуникационного продукта, медиапродукции и медиаорганизации | ПС 06.013 (трудовая функция С05.6) |
| маркетинговый | ПК-7 Способность осуществлять прямые коммуникации и организацию взаимодействия с | ИД-1пк-7. Использует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии в развитии продвижения медиакомпаний и медиапродуктов | ПС 06.013 (трудовая функция В02.5) |

| | | | |
|--|--|--|------------------------------------|
| | различными аудиториями | ИД-2пк-7. Применяет основные технологии организации переговорного процесса в работе с различными целевыми группами | |
| | ПК-8 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникативного продукта | ИД-1пк-8. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ИД-2пк-8. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ИД-3пк-8 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами | ПС 06.013 (трудовая функция С05.6) |

Совокупность компетенций, установленных ОПОП, обеспечивает выпускнику способность осуществлять профессиональную деятельность в соответствующих области и сферах профессиональной деятельности, указанных в разделе 2.1 ОПОП, и решать задачи профессиональной деятельности, указанные в разделе 2.2 ОПОП.

Результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам, соотнесены с установленными в ОПОП индикаторами достижения компетенций.

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам |
|--|---|--|
| УК- 1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | ИД-1ук-1 Знает: методики сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа ИД-2ук-1. Умеет: применять методики поиска, сбора и обработки информации; | <ul style="list-style-type: none"> • Знать теоретические принципы и методологию поиска информации • Уметь применять системный подход в поиске информации при решении поставленных задач • Владеть технологиями поиска информации; навыками анализа результатов исследований и принятия управленческих решений на стратегическом, тактическом и оперативном уровне управления деятельности |

| | | |
|--|--|---|
| | <p>осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников</p> <p>ИД-3ук-1. Владеет: методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; методикой системного подхода для решения поставленных задач</p> | <p>предприятия (организации)</p> |
| <p>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</p> | <p>ИД-1ук-2. Знает: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность</p> <p>ИД-2ук-2. Умеет: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; использовать нормативно- правовую документацию в сфере профессиональной деятельности</p> <p>ИД-3ук-2. Владеет: методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах,</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать основы экономической и правовой культуры, теоретические основы разработки исследования • Уметь анализировать, оценивать и применять оптимальные способы решения задач для достижения цели • Владеть понятийным аппаратом и терминологией исследовательской деятельности; навыками подготовки аналитических документов и отчетов |

| | | |
|---|--|--|
| | <p>продолжительности и стоимости проекта, навыками работы с нормативно-правовой документацией</p> | |
| <p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p> | <p>ИД-1ук-3. Знает: основные приемы и нормы социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии ИД-2ук-3. Умеет: устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды ИД-3ук-3. Владеет: простейшими методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать особенности и закономерности групповой работы, развития коллектива; основные методы психологического воздействия на индивида, группы и сообщества; основные способы организации партнерской работы; о специфике работы специалиста по РИСО в государственной, коммерческой и некоммерческой организациях • Уметь организовывать работу в команде; реализовывать свою роль в команде, учитывая особенности поведения других членов команды; осуществлять обмен информацией, знаниями, идеями и опытом с другими членами команды для достижения поставленной цели; анализировать, планировать и организовывать деятельность отдела по РИСО в государственной, коммерческой и некоммерческой структурах • Владеть навыками коммуникации и организации коллективной работы, управления эмоциями, методами управления конфликтами и командообразования, навыками анализа групповой динамики |
| <p>УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p> | <p>ИД-1ук-4. Знает: принципы построения устного и письменного высказывания на русском и иностранном языках; правила и закономерности деловой устной и письменной</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать различия между языком и речью; функции языка как средства формирования и трансляции мысли; тенденции развития современного русского языка, функциональные стили и жанры; выразительные средства языка для свободного владения |

| | | |
|--|---|--|
| | <p>коммуникации ИД-2ук-4. Умеет: применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках; методикой составления суждения в межличностном деловом общении на русском и иностранном языках ИД-3ук-4. Владеет: навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в профессиональном общении; навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на русском и иностранных языках; методикой составления суждения в межличностном деловом общении на русском и иностранном языках</p> | <p>русским языком и культурой речи; правила и нормы современного русского литературного языка; знать лексический минимум в объеме 4000 учебных лексических единиц общего и терминологического характера (ин.яз.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Уметь строить свою речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и этическими нормами; анализировать речь с точки зрения ее нормативности, уместности и целесообразности; устранять ошибки и недочеты в устной и письменной речи; профессионально и аргументированно излагать в устной и письменной форме гражданскую позицию и творческие идеи, создавать и редактировать профессиональные тексты, применять полученные теоретические знания на практике; общаться, вести диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации; уметь вести на иностранном языке беседу-диалог общего характера, читать литературу по специальности с целью поиска информации без словаря, переводить тексты по специальности со словарем • Владеть культурой мышления, свободно владеть деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи в коммуникационной сфере; лингвистической терминологией; нормами устной и письменной литературной речи; навыками правильного использования терминологии в учебно-профессиональной и официально-деловой сферах общения; владеть |
|--|---|--|

| | | |
|---|--|---|
| | | иностранном языке в объеме, необходимом для возможности получения информации из зарубежных источников |
| УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | <p>ИД-1ук-5. Знает: закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте</p> <p>ИД-2ук-5. Умеет: понимать и воспринимать разнообразие общества в социально- историческом, этическом и философском контексте</p> <p>ИД-3ук-5. Владеет: простейшими методами адекватного восприятия межкультурного многообразия общества с социально- историческом, этическом и философском контекстах; навыками общения в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать: основные этапы исторического развития философской мысли, тематику и проблемы основных философских дисциплин, место и роль философии в системе современного научного знания; особенности кросс-культурных различий в сфере СО и рекламы • Уметь: выделять и формулировать философские проблемы, формировать собственную мировоззренческую позицию при освоении основных проблем социальной философии, философии истории, права, политики; использовать кросскультурные различия как технологию коммуникации в сфере рекламы и СО; проводить исследования в сфере регулирования межкультурных конфликтов в рекламе и СО • Владеть: философской терминологией, навыками использования методологического потенциала гуманитарных наук для выбора оптимальных методов научного исследования; навыками анализа и оценки кросскультурных различий в сфере рекламы; построения концепции взаимодействия с группами общественности в сфере рекламы и СО с учетом кросскультурных различий |
| УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать | ИД-1ук-6. Знает: основные приемы эффективного управления собственным временем; | <ul style="list-style-type: none"> • Знать: способы самообразования и непрерывного образования (образования в течение всей жизни) для реализации |

| | | |
|---|---|---|
| <p>траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p> | <p>основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни ИД-2ук-6. Умеет: эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения ИД-3ук-6. Владеет: методами управления собственным временем; технологиями приобретения. использования и обновления социокультурных и профессиональных знаний, умений, и навыков; методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни</p> | <p>собственных потребностей с учетом личностных возможностей, временной перспективы и требований рынка труда.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Уметь: использовать инструменты и методы тайм-менеджмента при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей; анализировать проблемы исследований в сфере социальных коммуникаций, рекламы и связей с общественностью. • Владеть: способами планирования и реализации траектории саморазвития и профессионального роста; навыками самостоятельной научно-исследовательской деятельности. |
| <p>УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p> | <p>ИД-1ук-7 Знает: виды физических упражнений; роль и значение физической культуры в жизни человека и общества; научно-практические основы физической культуры, профилактики вредных привычек и здорового образа и стиля жизни ИД-2ук-7 Умеет: применять на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни; • Уметь использовать творчески средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни • Владеть средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности |

| | | |
|---|--|--|
| | <p>подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; использовать средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни ИД-3ук-7 Владеет: средствами и методами укрепления индивидуального здоровья для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p> | |
| <p>УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций</p> | <p>ИД-1ук-8. Знает: классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций; принципы организации безопасности труда на предприятии, технические средства защиты людей в условиях чрезвычайной ситуации ИД-2ук-8. Умеет: поддерживать безопасные условия жизнедеятельности; выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций;</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать основные положения и принципы обеспечения безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций. • Уметь правильно организовать рабочие места, их техническое оснащение. • Владеть навыками в разработке мероприятий по повышению безопасности производственной деятельности |

| | | |
|---|--|---|
| | <p>оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности и принимать меры по ее предупреждению ИД-3ук-8. Владеет: методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций</p> | |
| <p>УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p> | <p>ИД-1ук-9. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике ИД-2ук-9. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личный бюджет), контролирует собственные экономические и финансовые риски</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать принципы экономики и направления экономического развития, типы экономических систем и особенности российской экономики, роль государства в современной рыночной экономике • Уметь анализировать микро- и макроэкономическую информацию для принятия обоснованных экономических решений, применять экономические знания при выполнении практических задач • Владеть основными экономическими положениями, теориями и методами для решения задач в различных сферах жизнедеятельности |
| <p>УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению</p> | <p>ИД-1ук-10. Демонстрирует знание действующих правовых и этических норм, обеспечивающих борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности ИД-2ук-10. Использует</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать: нормативно-правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней; действующие этические и |

| | | |
|--|--|---|
| | <p>навыки социального взаимодействия, основанные на нетерпимом отношении к коррупции, осознает этические и правовые последствия собственных действий или бездействий в условиях возникновения коррупционных ситуаций</p> | <p>правовые нормы и практику их применения</p> <ul style="list-style-type: none"> • Уметь: анализировать действующие нормативно-правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней; выявлять и устранять причины и условия, способствующие совершению коррупционных действий; давать этическую и правовую оценку коррупционному поведению • Владеть: навыками осуществления контроля за соблюдением установленных норм и правил общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции при осуществлении профессиональной деятельности; навыками планирования, организации и проведения мероприятий, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе; навыками этической и правовой оценки коррупционного поведения |
| <p>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</p> | <p>ИД-1опк-1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ИД-2опк-1. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать: исторические, экономические, политические и социокультурные условия и предпосылки становления и развития рекламной и PR-деятельности в России и за рубежом; знает ключевые понятия рекламной и PR-деятельности; парадигмы современных коммуникаций и место специалиста по коммуникациям в современном информационном пространстве; |

| | | |
|---|--|---|
| | <p>иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ИД-3опк-1 Создает и структурирует контент (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, целевой аудитории и канала размещения, соблюдая нормы русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p> | <p>базовые теории и основы создания текстов рекламы и связей с общественностью.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Уметь: раскрыть основные специализации в рекламной и PR-деятельности и их содержание; уметь участвовать в реализации профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью; осуществлять взаимосвязь коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства. • Владеть: навыками литературного редактирования и копирайтинга; необходимой теоретико-методологической и практической базой по созданию рекламных текстов и PR-текстов; высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности; представлениями о своих профессиональных функциях в области в области рекламы и связей с общественностью. |
| <p>ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> | <p>ИД-1опк-2. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ИД-2опк-2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов ИД-3опк-2 Способен применять социологические методы</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать принципы и функции PR-деятельности; структуру и основных участников рынка PR-услуг; основные направления профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью; состояние развития технологий создания медиа-продуктов в нашей стране и за рубежом; текущие коммуникационные процессы в журналистике; процесс конвергенции различных видов средств массовой информации; составные части конвергентной журналистики; особенности существования Интернет-журналистики • Уметь использовать |

| | | |
|---|---|---|
| | <p>и методики с целью мониторинга общественного мнения или отношения к организации, бренду, товару</p> | <p>профессиональную терминологию в области связей с общественностью; управлять коммуникативными процессами и организовывать корпоративные коммуникации в области своей профессиональной деятельности; профессионально устанавливать и поддерживать взаимоотношения со средствами массовой информации, рекламными агентствами, государственными и общественными структурами, партиями и движениями.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Владеть навыками применения основных методов и технологий рекламной деятельности и связей с общественностью; навыками работы в мультимедийной журналистике; навыками создания и распространения PR-материалов; прогнозирования кризисных ситуаций, составления антикризисных планов, подготовки информационного пакета для работы в условиях кризиса и оценки эффективности антикризисных коммуникаций |
| <p>ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> | <p>ИД-1опк-3. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ИД-2опк-3. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать основные этапы и процессы развития отечественной журналистики, понимание значения ее опыта для практики современных российских СМИ; место литературы и искусства в коммуникационных процессах XXI века • Уметь осуществлять коммуникацию в устной и письменной формах; выделять общие и особенные черты в художественных культурах разных стран, понимать специфику художественного образа, использовать знания художественных методов и |

| | | |
|--|--|---|
| | <p>ИД-3опк-3 Способен при разработке идеи, концепта, содержания и структуры медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов использовать интертекст, ассоциативные отсылки к культурным объектам, и знакам отечественной и мировой культуры</p> | <p>стилей в своей профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Владеть навыками комплексного, системного анализа произведений искусства, явлений художественной жизни и художественных процессов, применения художественных методов и стилей в коммуникационных кампаниях и мероприятиях |
| <p>ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p> | <p>ИД-1опк-4. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>ИД-2опк-4. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>ИД-3опк-4 Демонстрирует навыки применения различных средств коммуникации на основе выявления, анализа и оценки запросов и потребностей общества и аудитории</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать особенности различных аудиторий PR; базовые представления о роли связей с общественностью в современном российском и мировом обществе, важнейших этапах истории зарождения, становления и развития связей с общественностью как профессии, науки и отрасли; принципы и технологии PR-взаимодействия со средствами массовой информации и базовые документы Public Relations; основы технических средств рекламы и СО. • Уметь анализировать информационные источники и контент информации, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; планировать и организовывать коммуникативные события: пресс-конференции, выступления на телевидении, радио, интервью и т.д.; осуществлять PR-деятельность на основе стратегического конструирования интегрированных маркетинговых коммуникаций. • Владеть навыками осуществления профессиональных функций в |

| | | |
|--|---|--|
| | | <p>области связей с общественностью, общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации</p> |
| <p>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</p> | <p>ИД-1оПК-5. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИД-2оПК-5. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать тенденции в профессиональной сфере в различных регионах страны и мира; существующие правовые и этические нормы регулирования медиакоммуникационной деятельности; профессиограмму специалиста по РиСО, иметь представление о должностных обязанностях и этических принципах деятельности (профессиональные кодексы) • Уметь устанавливать коммуникации, учитывая политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования; организовывать работу с основными акторами рекламного и PR-рынка • Владеть навыками мониторинга окружающей среды, профессиональной среды и СМИ; способностью 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 |
| <p>ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для</p> | <p>ИД-1оПК-6. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование,</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать основные тренды развития новых медиа, составляющие подсистемы новых медиа, специфику технологической обусловленности развития новых медиа; модульные технологии в |

| | | |
|--|--|---|
| <p>решения задач в профессиональной деятельности</p> | <p>информационно-коммуникационные технологии и программное обеспечение ИД-20пк-6. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов ИД-30пк-6 Умеет осуществлять профессиональные виды деятельности на социальных платформах и в новых медиа, используя современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> | <p>реализации PR-кампаний; основные этапы подготовки и реализации рекламной и PR-кампании; основные этапы подготовки рекламной и PR-кампании; основные методы исследования, используемые в сфере рекламы и PR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Уметь создавать мультимедийную продукцию с учетом сочетаемости различных типов медиа, адаптировать информацию для различных мультимедийных платформ, работать в рамках требований различных мультимедийных редакций; проводить промо-акции в системе PR-кампаний; создавать журналистские, рекламные и PR-тексты для внешней и внутренней аудиторий; применять дизайн - технологии в дизайн - проектировании при выполнении различных видов творческих работ • Владеть навыками создания медиатекста в разных знаковых системах, методами анализа медиатекстов и навыками обработки информационного контента для различных типов Интернет-медиа; основными технологиями и стратегиями, методиками планирования и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; навыками информационного и коммуникативного сопровождения кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками работы с современными средствами и технологиями подготовки макетов графических дизайн-проектов к печати на различных устройствах вывода |
|--|--|---|

| | | |
|--|---|---|
| | | <p>изображений; навыками проектирования и размещения в сети Интернет мультимедийных электронных рекламных дизайн-продуктов</p> |
| <p>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p> | <p>ИД-1опк-7. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ИД-2опк-7. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать модели и критерии оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью; принципы социальной ответственности деятельности. • Уметь анализировать тенденции, предсказывать их последствия, вырабатывать рекомендации руководству и проектировать деятельность по управлению репутацией кампании; применять методики оценки эффективности PR-деятельности. • Владеть технологиями оценки эффективности профессиональной деятельности в сфере СО и рекламы. |
| <p>ПК-1 Способность осуществлять проработку содержания профессиональной коммуникации</p> | <p>ИД-1пк-1. Способен создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации целевой аудиторией, а также исходя из принципов бесконфликтного общения. ИД-3пк-1. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать специфику устных и письменных коммуникаций при осуществлении переговорного процесса; особенности восприятия информации аудиторией; основные направления работы специалистов в области рекламы и отделов по связям с общественностью в различных структурах. • Уметь выстраивать бесконфликтную коммуникацию с различными группами общественности; осуществлять выбор формата коммуникационного продукта в соответствии с медиаконцепцией канала; предвидеть возможность конфликта по характерным признакам напряженности и дестабилизации. |

| | | |
|--|---|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Владеть навыком осуществления переговорного процесса; анализа причин и протекания конфликта, выработки мер по его разрешению; современными методами и технологиями рекламы и PR при выполнении профессиональных задач. |
| <p>ПК-2 Способность участвовать в планировании и организации системы коммуникаций в организации</p> | <p>ИД-1пк-2. Использует основные инструменты внутренних коммуникаций при построении организационной системы коммуникаций ИД-2пк-2. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ИД-3пк-2. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать важнейшие элементы организационной культуры и механизм их взаимодействия; общеорганизационный контекст, который определяет структуру и характер внутриорганизационных коммуникаций; основные характеристики российского и международного менеджмента, определяющие систему внутренних коммуникаций в организации и характер взаимодействия ее сотрудников; основные принципы управления организационными коммуникациями, применяемые в организациях разного типа • Уметь анализировать кейсы из практики отечественных и зарубежных организаций; анализировать внутреннюю среду и планировать (этапы организации, продвижение и оценка) развитие системы организационных коммуникаций; формировать мотивационный механизм развития и укрепления культуры компании; использовать коммуникационные технологии для укрепления организационных культур; кооперироваться с коллегами при работе в коллективе. • Владеть анализом академической и прикладной литературы по исследованиям в области организационного поведения, |

| | | |
|---|---|--|
| | | <p>коммуникативного процесса, корпоративной культуры; способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, навыками создания и поддержания благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников; навыками участвовать в планировании и организации системы коммуникаций в организации</p> |
| <p>ПК-3 Способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p> | <p>ИД-1пк-3. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде ИД-2пк-3. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать историю и основные тенденции развития сети Интернет; историю и основные тенденции развития корпоративного ресурса компании. • Уметь использовать знания в сфере сетевых коммуникаций и контент-менеджмента в профессиональной деятельности. • Владеть технологиями использования коммуникаций, в том числе корпоративных, в сети Интернет в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов |
| <p>ПК-4 Способность осуществлять профессиональные функции по управлению информацией из различных источников</p> | <p>ИД-1пк-4. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимые каналы получения информации,</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать принципы управления информацией их различных источников; принципы и технологии взаимодействия пресс-службы со средствами массовой информации |

| | | |
|---|--|---|
| | <p>техническое оборудование и программное обеспечение ИД-2пк-4. Владеет программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Уметь работать с информацией в глобальных компьютерных сетях; осуществлять профессиональные функции по управлению информацией из различных источников • Владеть базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы на основе полученной информации; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов |
| <p>ПК-5 Способность осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> | <p>ИД-1пк-5. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИД-2пк-5. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать специфику рекламной и PR-деятельности своего коммуникационного субъекта; инструментарий рекламного и PR-позиционирования корпоративной структуры; приемы и методы работы в системе внутрикорпоративных коммуникаций, использования различных инструментов для решения проблемных ситуаций, особенности оценки эффективности внутренних коммуникаций в компании. • Уметь применять полученные теоретические и практические знания для вынесения аргументированных суждений по вопросам управления внутрикорпоративными коммуникациями; использовать методику и технику проведения опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации; применять теоретические и практические |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>знания для разработки, сопровождения и оценки эффективности корпоративного веб-ресурса организации.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Владеть навыками анализа и решения конкретных ситуаций; способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; приемами создания инновационных креативных технологий для внедрения в сфере стратегической коммуникации в сети Интернет; навыками использования инструментов создания и продвижения Интернет-сайтов; навыками работы с сервисами Web 2.0 и создания контента для размещения в сети Интернет |
| <p>ПК-6 Способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> | <p>ИД-1ПК-6. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИД-2ПК-6 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ИД-3ПК-6. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать состояние развития технологий создания медиапродуктов в нашей стране и за рубежом; особенности сферы управления рекламными и PR-коммуникациями, возникающими в поликультурной среде • Уметь самостоятельно находить точки соприкосновения кросс-культурных различий в сфере СО и рекламы; проводить исследования в сфере регулирования межкультурных конфликтов в рекламе, повышать свою квалификацию и мастерство • Владеть навыками анализа и оценки кросс-культурных различий в сфере рекламы и СО; построения концепции взаимодействия с группами общественности в сфере рекламы и СО с учетом кросс-культурных различий |

| | | |
|---|---|---|
| <p>ПК-7 Способность осуществлять прямые коммуникации и организацию взаимодействия с различными аудиториями</p> | <p>ИД-1пк-7. Использует современные информационно-коммуникационные технологии в развитии продвижения медиакомпаний и медиапродуктов ИД-2пк-7. Применяет основные технологии организации переговорного процесса в работе с различными целевыми группами</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать: особенности групповой психологии, межличностных отношений и общения; сущность, типы и функции переговорных процессов; сущность конфликтов как одной из форм общественной жизнедеятельности • Уметь: анализировать совокупность явлений и отношений, возникающих в процессе управленческой деятельности; определять пути разрешения конфликтов, намечать меры их предотвращения. • Владеть способностью целенаправленно использовать социально-психологические закономерности во взаимодействии и общении, осуществляя межличностные, групповые и организационные коммуникации |
| <p>ПК-8 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникативного продукта</p> | <p>ИД-1пк-8. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ИД-2пк-8. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ИД-3пк-8 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать сущность и основные аспекты организации маркетинговых исследований; специфические особенности проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа для различных отраслей и организаций • Уметь генерировать идеи, разрабатывать концепции коммуникационных программ, осуществлять руководство коммуникационными компаниями, планировать финансовые потоки; анализировать возможность и необходимость проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа; находить оптимальные варианты проведения маркетинговых исследований для предприятия (организации) на различных рынках. |

| | | |
|--|---|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Владеть навыками осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; навыками подготовки и организации проведения маркетинговых исследований |
| <p>ПК-9 Способность принимать участие в планировании и реализации коммуникационных кампаний</p> | <p>ИД-1пк-9. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ИД-2пк-9. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИД-3пк-9. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий; основные приемы создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы • Уметь генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор; принимать участие в управлении и организации работы коммуникационных служб, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за работой коммуникационных служб • Владеть навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью, а также в систему управления предприятием и организацией в целом; способностью принимать участие в планировании и реализации коммуникационных кампаний |
| <p>ПК-10 Способность осуществлять контроль и оценку эффективности коммуникаций</p> | <p>ИД-1пк-10. Имеет представление о формах и методах контроля обратной связи с медиапотребителями ИД-2пк-10. Осуществляет контроль и оценку эффективности продвижения коммуникационного продукта, медиапродукции и медиаорганизации</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Знать существующие подходы к определению эффективности коммуникаций; принципы оценки эффективности коммуникаций, в том числе в сети Интернет. • Уметь использовать методики и техники осуществления оценки эффективности профессиональных digital-коммуникаций; использовать понятия невербального языка в качестве обратной связи; использовать методики и техники проведения опросов |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>общественного мнения и фокус-групп.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Владеть способностью осуществлять контроль и оценку эффективности профессиональных коммуникаций, в том числе профессиональных коммуникаций в сети Интернет; приемами повышения эффективности деловых коммуникаций, используя все возможные факторы ее повышения. |
|--|--|---|

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам (представлены в рабочих программах дисциплин и практик) обеспечивает формирование у выпускника всех компетенций, установленных ОПОП.

Практическая подготовка

Освоение ОПОП предусматривает организацию образовательной деятельности в форме практической подготовки. При освоении ОПОП образовательная деятельность в форме практической подготовки может быть организована при реализации дисциплин (модулей), практики, иных компонентов образовательных программ, предусмотренных учебным планом.

Объем практической подготовки (количество часов на реализацию дисциплин (модулей), практик, иных компонентов образовательной программы в форме практической подготовки) устанавливается в учебном плане исходя из содержания и направленности образовательной программы и ее компонентов и возможности их реализации в форме практической подготовки.

Содержание практической подготовки при реализации дисциплин (модулей), практики регламентируется рабочей программой.

Практическая подготовка при реализации дисциплин (модулей) организуется путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практики непосредственно относятся к практической подготовке обучающихся по ОПОП, т.к. именно практика направлена на выполнение обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, способствующих формированию, закреплению и развитию практических навыков и компетенций по профилю соответствующей

образовательной программы.

Практическая подготовка при проведении практики направлена на формирование умений и навыков в соответствии с трудовыми действиями и (или) трудовыми функциями по профилю образовательной программы.

5 Условия реализации ОПОП

5.1 Общесистемные требования к реализации ОПОП

ВГТУ располагает материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации ОПОП в соответствии с учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде (далее - ЭИОС) ВГТУ из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории ВГТУ, так и за его пределами. Код доступа к ЭИОС: <http://education.cchgeu.ru/>.

ЭИОС ВГТУ обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

Функционирование ЭИОС обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих, и соответствует законодательству Российской Федерации.

5.2 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение ОПОП

Для реализации ОПОП бакалавриата используются помещения, представляющие собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определен в рабочих программах дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС ВГТУ.

Адрес официального сайта федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Воронежский

государственный технический университет» в информационно-коммуникационной среде Интернет: <https://cchgeu.ru/>.

Реализация программы обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определен в рабочих программах дисциплин (модулей) и обновляется при необходимости).

ОПОП обеспечена учебно-методической документацией и материалами по всем учебным дисциплинам, практикам и ГИА в печатной и электронной формах. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Наряду с библиотечным фондом ВГТУ используются электронные библиотечные системы.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен в рабочих программах дисциплин (модулей) и обновляется при необходимости.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (при наличии) обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

5.3 Кадровые условия реализации ОПОП

Реализация ОПОП обеспечивается педагогическими работниками ВГТУ, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы бакалавриата на иных условиях.

Квалификация педагогических работников ВГТУ отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Не менее 70 процентов численности педагогических работников ВГТУ, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и(или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Не менее 5 процентов численности педагогических работников ВГТУ,

участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями или работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Не менее 60 процентов численности педагогических работников ВГТУ и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) или ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

Общее руководство научным содержанием программы бакалавриата осуществляется научно-педагогическим работником ВГТУ, имеющим ученую степень, осуществляющим самостоятельные научно-исследовательские (творческие) проекты (участвующим в осуществлении таких проектов) по направлению подготовки, имеющим ежегодные публикации по результатам указанной научно-исследовательской (творческой) деятельности в ведущих отечественных и (или) зарубежных рецензируемых научных журналах и изданиях, а также осуществляющим ежегодную апробацию результатов указанной научно-исследовательской (творческой) деятельности на национальных и международных конференциях.

5.4 Финансовые условия реализации ОПОП

Финансовое обеспечение реализации ОПОП бакалавриата осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования - программ бакалавриата и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Минобрнауки России.

6 Механизмы оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП определяется в рамках системы внутренней оценки качества образовательной деятельности, которая реализуется в соответствии с Положением о внутренней системе оценки качества образования ВГТУ с целью выполнения

контрольной, методической, информационной и мотивационной функций.

В основе внутренней системы оценки качества образования ВГТУ лежат следующие принципы:

- объективность, достоверность, полнота и системность информации о качестве образования;
- открытость, прозрачность процедур оценки качества образования, доступность информации о состоянии и качестве образования для различных групп потребителей.

В целях совершенствования ОПОП при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВГТУ привлекает работодателей В целях совершенствования ОПОП при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВГТУ привлекает работодателей (Чеснова Елена Валерьевна, директор – Маркетинговое агентство «Авангард»; Рябых Александра Александровна, маркетолог – ООО «ВоронежТрансБизнес» (МоторЛенд); Сергиенко Наталья Александровна, руководитель онлайн- и офлайн-проектов – ИП Сергиенко Н. А.; Педан Валентин Валентинович, пресс-секретарь – ГК Хамина; Деревякин Игорь Викторович, директор – ООО Региональное информационное агентство «Черноземье») и педагогических работников ВГТУ.

Внутренняя система независимой оценки качества образования включает проведение мониторинга удовлетворенности студентов и выпускников университета содержанием изучаемых дисциплин и образовательного процесса в целом, качеством преподавания дисциплин, условиями образовательного процесса, включая проведение учебной/производственной/преддипломной практик и состоянием образовательной среды в целом. По результатам оценки определяются направления совершенствования и модернизации ОПОП и образовательного процесса.

Внутренний независимый аудит реализации ОПОП проводится в соответствии с локальным нормативным актом университета с привлечением внутренних аудиторов, которые прошли обучение по программе «Внутренний аудит образовательного процесса в вузе» и не участвуют в реализации проверяемой ОПОП.

Систематически проводится самообследование, целью которого является анализ всех аспектов деятельности университета, влияющих на качество образовательного процесса. В его рамках, в том числе, реализуется внутренняя независимая оценка качества ресурсного обеспечения образовательной деятельности по программе бакалавриата.

7 Рецензии на ОПОП

РЕЦЕНЗИЯ

на основную профессиональную образовательную программу
высшего образования (ОПОП ВО) –
программу подготовки бакалавров по направлению подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата)
шифр и наименование направления подготовки (специальности)

«Реклама и связи с общественностью»
(профиль)

бакалавр
квалификация (уровень)

форма обучения – очная, заочная

разработанную в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Воронежский государственный технический университет» (ВГТУ) и утвержденную ученым советом ВГТУ от 31 августа 2021 г., протокол № 1.

реквизиты ОПОП

Рецензируемая ОПОП разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (ФГОС), утвержденного приказом *Минобрнауки России от 11.06.2018 . №512.*

Рецензируемая ОПОП в полной мере соответствует локальному нормативному акту ВГТУ и имеет следующую структуру:

1. *Характеристика ОПОП ВО.*
2. *Учебный план, включая календарный график.*
3. *Рабочие программы дисциплин (модулей).*
4. *Программы практик.*
5. *Программа государственной итоговой аттестации, включая требования к ВКР.*
6. *Оценочные материалы.*
7. *Учебно-методические материалы.*

Программа подготовлена на кафедре связей с общественностью ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет» (ВГТУ), автор – заведующая кафедрой связей с общественностью, профессор Скрипникова Надежда Николаевна.

Основная профессиональная образовательная программа (ОПОП) разработана для обеспечения выполнения требований федерального государственного образовательного стандарта к минимуму содержания и подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью».

ОПОП включает следующие документы, регламентирующие содержание, организацию образовательного процесса и реализацию этой программы: годовой календарный учебный график, учебный план, рабочие программы дисциплин (модулей), включающие тематические планы учебных дисциплин, программы практик, оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации. Титульный лист ОПОП содержит полное наименование университета, информацию о направлении подготовки, квалификации выпускника и утверждении основной образовательной программы руководителями университета. Цель подготовки по направлению, сроки освоения программы и ее трудоемкость соответствуют требованиям ФГОС по направлению 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью». Характеристики профессиональной деятельности выпускника полно раскрыты и соответствуют ФГОС по направлению подготовки.

Компетентностная модель выпускника учитывает все компетенции ФГОС по направлению подготовки с учетом профессионального стандарта 06.013 «Специалист по информационным ресурсам». Годовой календарный учебный график соответствует трудоемкости ОПОП. Базовая часть циклов дисциплин учебного плана соответствует требованиям ФГОС. Выбор вариативной части дисциплин и структурно-логическая схема изучения дисциплин ОПОП обоснованы.

Рабочие программы дисциплин курса, практики и дисциплины по выбору обучающегося построены по единой схеме. Программы содержат пояснительную записку с определением цели и задач дисциплины; общую трудоемкость дисциплины и виды учебной работы с указанием трудоемкости разных видов учебной работы; содержание разделов дисциплины (модулей) и распределение трудоемкости по видам занятий; оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине, включающие описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, примерный перечень оценочных средств, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности; учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины); характеристику материально-технической базы для осуществления образовательного процесса и методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Содержательная часть образовательной программы разработана на высоком методическом уровне с учетом актуальных тенденций научного и прикладного дискурсов коммуникационной сферы. Направленность программы, типы задач и задачи профессиональной деятельности выпускников тесно коррелируют с запросами субъектов рекламно-информационной индустрии.

Планируемые результаты освоения образовательной программы сформированы в группы универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с профессиональными стандартами, соответствующими профессиональной деятельности выпускников, а также с учетом требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам на рынке труда.

Материально-техническое, информационно-коммуникационное и учебно-методическое обеспечение образовательной деятельности открывает неограниченный доступ к электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) образовательного учреждения в течение всего периода обучения из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Функционирование ЭИОС обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих, и соответствует законодательству Российской Федерации. Кафедра «Связи с общественностью» ВГТУ и подразделения образовательного учреждения обеспечены научно-педагогическими кадрами, необходимыми для реализации ОПОП в соответствии с ФГОС по направлению 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью». Широкое использование научно-педагогическими сотрудниками ИКТ в контактной работе с обучающимися позволяет внедрять педагогические новации в образовательный процесс.

Заключение

Рецензируемая программа составлена с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей, имеет комплексный и целевой подход для подготовки квалифицированного выпускника, обладающего профессиональными навыками и компетенциями, необходимыми для дальнейшей профессиональной деятельности по соответствующему направлению.

Содержание подготовки обучающихся (учебный план, календарный учебный график, рабочие программы дисциплин (модулей), программы практик, оценочные материалы, методические материалы) и условия реализации ОПОП ВО 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью», соответствуют требованиям ФГОС и запланированным результатам освоения ОПОП ВО.

Материально-технические, информационно-коммуникационные, учебно-методические и кадровые ресурсы ВГТУ соответствуют содержанию профессиональной деятельности и профессиональным задачам, к которым готовится выпускник.

Реализуется процедура утверждения, анализа и актуализации образовательной программы с участием работодателей рекламно-коммуникационной отрасли.

Разработанная ОПОП ВО в полной мере соответствует заявленному уровню подготовки выпускников.

Рецензент:

доктор филологических наук, профессор кафедры
электронных СМИ и речевой коммуникации
факультета журналистики ФГБОУ ВО
«Воронежский государственный университет»

А.М. Шестерена



8 Лист регистрации изменений

Лист регистрации изменений

| № п/п | Перечень вносимых изменений | Дата внесения изменений | Подпись заведующего кафедрой, ответственной за реализацию ОПОП |
|----------|--|-------------------------------|---|
| 1 | Внесены изменения в рабочие программы дисциплин в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем | 30.08.2019 |  |
| 2 | Внесены изменения в рабочие программы дисциплин в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем | 31.08.2020 |  |
| 3 | Внесены изменения в рабочие программы дисциплин в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем | 31.08.2021 |  |
| | | | |