

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Департамент образования города Москвы  
Самарский филиал  
Государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования города Москвы  
«Московский городской педагогический университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Первый заместитель директора  
СФ ГАОУ ВО МГПУ  
С.Б. Семенов  
«*Семенов*» 2016 г.



ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Уровень бакалавриата

Нормативный срок освоения программы - 4 года  
Форма обучения - очная

*Образовательная программа  
высшего образования утверждена  
Ученым советом СФ ГАОУ ВО МГПУ от 20 октября 2016 г. протокол № 03*

Самара  
2016

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**СОДЕРЖАНИЕ**

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ .....	3
2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.....	5
3. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА КАК СОВОКУПНЫЙ ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ ОП ВО .....	7
4. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ДАННОЙ ОП ВО (БАКАЛАВРИАТА) ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ .....	9
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОП ВО.....	12
6. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ ОП ВО.....	13
7. ОСНОВНЫЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ВУЗЕ В СООТВЕТСТВИИ С ОП ВО.....	13
8. ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ (СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ) КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ.....	14
9. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ОП ВО БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ».....	15
10. РЕГЛАМЕНТ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ОП ВО В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ .....	16
ПРИЛОЖЕНИЯ .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

## **I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

**1.1. Основная образовательная программа бакалавриата, реализуемая в Филиале по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,** представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную вузом с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего образования (ФГОС ВО), а также с учетом рекомендованной примерной образовательной программы.

ОП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы учебно-ознакомительной и производственной практики, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

**1.2. Нормативные документы для разработки ОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».**

Нормативную правовую базу разработки ОП бакалавриата составляют:

Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.12.2013 г. № 1367;

- Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» высшего профессионального образования (бакалавриат), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «11» августа 2016 г. № 997;

- Устав Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы Московского городского педагогического университета;

- Положение Самарского филиала Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет».

**1.3. Общая характеристика вузовской основной образовательной программы высшего профессионального образования (бакалавриат)**

1.3.1. Цель (миссия) ОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Главная стратегическая цель ОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» – закрепление статуса престижного и конкурентоспособного направления в СФ МГПУ, готовящего высококвалифицированные и обладающие необходимыми компетенциями кадры, востребованные на рынке труда; развитие у студентов личностных качеств, а также формирование общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Текущие цели ОП *в области воспитания и получения студентами общекультурных (универсальных) компетенций:*

- владение культурой мышления, способности к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения;

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе;
- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность;
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;
- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства;
- умение критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков;
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы;
- использование основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применение методов математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;
- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией;
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях;
- владение одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного;
- владение основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- владение средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития;
- знание свои права и обязанности как гражданина своей страны; умеет использовать Гражданский Кодекс, другие правовые документы в своей деятельности; демонстрирует готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии.

*Текущие цели ОП в области обучения и получения студентами общепрофессиональных компетенций:*

- владение основами речи, знает ее виды, правилами речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемы убеждения;
- обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- владение базовыми навыками бренд-менеджмента;
- обладание базовыми навыками медиапланирования;
- обладание базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами и т.д.;
- обладание пониманием основ менеджмента и маркетинга;

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

- способность к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд;

- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;

- способен организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

1.3.2. Срок освоения ОП бакалавриата – 4 года.

1.3.3. Трудоемкость ОП бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Трудоемкость освоения студентом ОП в зачетных единицах за весь период обучения в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению составляет 240 зачетных единиц (1 зач. ед. равна 36 академическим часам) и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ОП.

#### **1.4. Требования к абитуриенту**

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании.

Абитуриент должен обладать следующими качествами: способность к творчеству, способность принимать неожиданные решения, быстро ориентироваться в нестандартных ситуациях, быть коммуникабельным, обладать знаниями как в области гуманитарных, так и математических дисциплин, а также желанием продолжить изучение названных дисциплин в вузе. Абитуриент должен быть психологически устойчив и нацелен в будущей трудовой деятельности на работу в коллективе.

## **2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

2.1. Область профессиональной деятельности бакалавров:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;

- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;

- технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде;

- общественное мнение.

2.2. Объекты профессиональной деятельности бакалавров:

- государственные структуры федерального, регионального, местного уровней;

- негосударственные учреждения и организации, общественные организации, СМИ, консалтинговые агентства, рекламные агентства, агентства по связям с общественностью, коммуникационные агентства, учреждения и организации политической, экономической, социальной, образовательной, научной, производственной, сервисной, культурной и других областей и сфер;

- рекламные подразделения и подразделения связей с общественностью коммерческих фирм и других организаций в различных сферах деятельности и различных отраслях народного хозяйства.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

2.3. Виды профессиональной деятельности бакалавров:

1. Организационно-управленческая, проектная, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая.

2. Конкретные виды профессиональной деятельности, к которым в основном готовится бакалавр, определяются высшим учебным заведением совместно с обучающимися, научно-педагогическими работниками высшего учебного заведения и объединениями работодателей.

2.4. Задачи профессиональной деятельности бакалавров

Бакалавр по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

*Организационно-управленческая:*

- участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;

- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников.

*Проектная:*

- участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

- подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.).

*Коммуникационная:*

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

- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.

*Рекламно-информационная:*

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

*Рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая:*

- участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;

- участие в организации и проведении социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы, организации, товаров и услуг;

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

- проведение рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг; сбор, обработка и анализ полученных данных;
- подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; обработка и подготовка данных для анализа;
- сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью;
- составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов;
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА КАК СОВОКУПНЫЙ ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ ОП ВО**

Результаты освоения ОП бакалавриата определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения данной ОП бакалавриата выпускник должен обладать следующими компетенциями:

**Общекультурные компетенции (ОК):**

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

**Общепрофессиональные компетенции (ОПК):**

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

**Профессиональные компетенции (ПК):**

**организационно-управленческая деятельность:**

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

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

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

**проектная деятельность:**

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

**коммуникационная деятельность:**

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

**рекламно-информационная деятельность:**

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

**рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:**

- способностью проводить маркетинговых исследований (ПК-9);

- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

- владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

**информационно-технологическая деятельность:**

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);

- способностью осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);

- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);

- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);

- способностью осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).



**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**4. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ДАННОЙ ОП ВО  
(БАКАЛАВРИАТА) ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И  
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

В соответствии с п.39 Типового положения о вузе и ФГОС ВО бакалавриата по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ОП регламентируется учебным планом бакалавра; рабочими программами учебных дисциплин; материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами учебных, учебно-ознакомительных и производственных практик; годовым календарным учебным графиком, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

**4.1. Программные документы интегрирующего, междисциплинарного и сквозного характера, обеспечивающие целостность компетентностно-ориентированной ОП ВО**

Матрица компетенций определяет структурно-логические связи содержания дисциплин, модулей, практик, входящих в ОП ВО и компетенций как планируемых результатов освоения образовательной программы (приложение 1).

Учебный план и календарный график определяет перечень, трудоемкость, последовательность и распределение по периодам обучения учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, а также формы промежуточной аттестации обучающихся (приложение 2).

**Перечень дисциплин, обеспечивающих реализацию ОП**

№ п/п	Название дисциплин	Распределение				Трудоем- кость по ФГОС (зачетные единицы)
		Экзамен- нов	Зачето в	Курсовые работы	СРС	
Б.1.Б	Базовая часть					
Б1.Б.1	И н о с т р а н н ы й    я з ы к	4	1-3	-	198	12
Б1.Б.2	Р у с с к и й    я з ы к    и    к у л ь т у р а    р е ч и	-	1	-	36	2
Б1.Б.3	И с т о р и я	1	-	-	54	4
Б1.Б.4	К у л ь т у р о л о г и я	-	1	-	36	2
Б1.Б.5	П с и х о л о г и я	-	4	-	36	2
Б1.Б.6	С о ц и о л о г и я	-	3	-	36	2
Б1.Б.7	Ф и л о с о ф и я	2	-	-	36	4
Б1.Б.8	Э к о н о м и к а	3	-	-	36	4
Б1.Б.9	М а т е м а т и к а    и    с т а т и с т и к а	1	-	-	54	4
Б1.Б.10	К о м п ь ю т е р н ы е    т е х н о л о г и и	-	3	-	36	3
Б1.Б.11	К о м п ь ю т е р н ы е    т е х н о л о г и и    в    С О	5	--		52	4
Б1.Б.12	М о д у л ь    1.    К о м м у н и к о л о г и я	4	2	-	256	22
Б1.Б.12.1	О с н о в ы    т е о р и и    к о м м у н и к а ц и й	1	-	-	36	4
Б1.Б.12.2	С о ц и о л о г и я    м а с с о в ы х    к о м м у н и к а ц и й	5	4	-	110	7
Б1.Б.12.3	П с и х о л о г и я    м а с с о в ы х    к о м м у н и к а ц и й	5	-	-	38	4
Б1.Б.12.4	Т е о р и я    и    п р а к т и к а    м а с с о в о й    и н ф о р м а ц и и	2	1	-	72	7

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Б1Б.13	Модуль 2. Интегрированные коммуникации	1	-	1	72	5
Б1Б.13.1	Основы интегрированных	4	-	4	72	5
Б1Б.14	М о д у л ь 3 . М е н е д ж м е н т	2	-	-	108	10
Б1Б.14.1	О с н о в ы м е н е д ж м е н т а	3	-	-	72	6
Б1Б.14.2	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	7	-	-	36	4
Б1Б.15	М о д у л ь 4 . М а р к е т и н г	1	3	-	180	12
Б1Б.15.1	О с н о в ы м а р к е т и н г а	4	-	-	36	4
Б1Б.15.2	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	-	6,7	-	108	6
Б1Б.15.3	Безопасность жизнедеятельности	-	2	-	36	2
Б1Б.16	К о н ф л и к т о л о г и я	6	-	-	108	6
Б1Б.17	Н а р р а т о л о г и я	7	-	-	72	6
Б1Б.18	Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность	6	-	-	72	5
Б1Б.19	Стилистика и литературное редактирование	6	5	-	84	7
Б1Б.20	Теория и практика связей с общественностью	3	2	3	90	7
Б1Б.21	Практический курс иностранного языка	6	5	-	98	6
Б1Б.22	Логика и теория аргументации	1	-	-	36	5
Б1Б.23	История отечественной журналистики	5	-	-	88	5
Б1Б.24	Современная пресс-служба	7	-	-	36	4
Б1Б.25	Технология создания рекламного продукта	-	7	-	36	2
Б1Б.25	Физическая культура	-	23	-	-	2
Б1.В	Вариативная часть					
Б1.В.ОД	Обязательные дисциплины					
Б1.В.ОД.1	П о л и т о л о г и я	2	-	-	90	5
Б1.В.ОД.2	К о р п о р а т и в н а я к у л ь т у р а	2	-	-	90	5
Б1.В.ОД.3	Концепции современного естествознания	-	1	-	36	2
Б1.В.ОД.4	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью	-	6	6	36	3
Б1.В.ДВ	Дисциплины по выбору					
Элективные курсы по физической культуре		-	1-6	-	-	-
Б1.В.ДВ.1.1.	История русской литературы	-	2	-	72	3
Б1.В.ДВ.1.2.	С е м и о т и к а	-	2	-		
Б1.В.ДВ.2.1.	История зарубежной литературы	-	4	-	36	2
Б1.В.ДВ.2.2.	Социальная антропология	-	4	-		
Б1.В.ДВ.3.1.	Р и т о р и к а	-	6	-	36	2
Б1.В.ДВ.3.2.	Р е л и г и о в е д е н и е	-	6	-		
Б1.В.ДВ.4.1.	История и актуальные проблемы зарубежной журналистики	-	7	-	36	2
Б1.В.ДВ.4.2.	Современный литературный процесс	-	7	-		
Б1.В.ДВ.5.1.	Компьютерный дизайн	-	4	-	54	3
Б1.В.ДВ.5.2.	Высшая математика	-	4	-		
Б1.В.ДВ.6.1.	Второй иностранный язык	3	-	-	144	7
Б1.В.ДВ.6.2.	Политконсалтинг	3	-	-		
Б1.В.ДВ.7.1.	Имиджелогия	4	-	-	36	4
Б1.В.ДВ.7.2.	МХК	4	-	-		
Б1.В.ДВ.8.1.	Основы брендинга	-	5	-	30	2
Б1.В.ДВ.8.2.	Психология рекламы	-	5	-		
Б1.В.ДВ.9.1.	Медиарилейшнз	-	6	-	54	3
Б1.В.ДВ.9.2.	Организация выставок и ярмарок	-	6	-		
Б1.В.ДВ.10.1	Теория и практика рекламы	-	7	-	54	3
Б1.В.ДВ.10.1	PR первого лица	-	7	-		

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Б1.В.ДВ.11.1	Переговорный процесс	-	7	-	36	2
Б1.В.ДВ.11.2	Спонсоринговые кампании	-	7	-		
Б2	Практики					
Б2.У	Учебная практика					
Б2.У.1	Учебно-ознакомительная практика	-	2,4	-	-	6
Б2.Н	Научно-исследовательская работа					
Б2.П	Производственная практика	-		-	-	
Б2.П.1	Производственная практика, в том числе преддипломная	-	5,8	-	-	30
Б 3	Государственная итоговая аттестация	-	-	-	-	9
Итого						<b>240</b>

#### 4.2. Дисциплинарно-модульные программные документы ОП ВО

Основное содержание учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) дано в рабочих программах и фондах оценочных средств как совокупности учебно-методической документации. А именно:

В рабочих программах:

- цели и задачи освоения дисциплины;
- место дисциплины в структуре ОП;
- требования к результатам освоения дисциплины;
- объем дисциплины и виды учебной работы;
- структура и содержание дисциплины (разделы дисциплин и виды занятий; содержание разделов дисциплины; компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины (дисциплинарного модуля));
- образовательные технологии;
- методические рекомендации преподавателям по дисциплине (план практических занятий);
- учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (основная литература; дополнительная литература; перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса и программное обеспечение; базы данных, информационно-справочные и поисковые системы);
- материально-техническое обеспечение дисциплины.

В фондах оценочных средств:

- порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины при балльно-рейтинговой системе оценки качества освоения образовательной программы;
- технологическая карта дисциплины;
- оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов (оценочные средства текущего контроля успеваемости; оценочные средства промежуточной аттестации; учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов; терминологический словарь).

Аннотированная образовательная программа представлена в приложении 3.

Кроме того, по всем дисциплинам учебного плана, по которым предусмотрены курсовые работы, имеются методические указания по написанию и защите курсовых работ, в которых указаны:

- цели, задачи и общие требования к курсовой работе;
- тематика и выбор темы курсовой работы;
- график работы над курсовой работой и основные этапы выполнения работы;

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

- структура и содержание курсовой работы;
- требования к оформлению курсовой работы;
- список рекомендуемой литературы.

Практика является обязательным разделом ОП бакалавриата. Она представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. При реализации ОП бакалавриата по данному направлению подготовки предусматриваются следующие виды практик: учебная и производственная. Все виды практики по направлению подготовки регламентируются Положением о практике, утвержденным Ученым советом Филиала. По всем видам практик для студентов разработаны Программы практик, в которых отражены:

- общие положения;
- цели и задачи практик;
- порядок направления студента на практику;
- руководство практикой;
- обязанности студента-практиканта;
- задание на практику;
- рекомендации по прохождению практик;
- порядок оформления отчета.

Итоговая аттестация выпускника включает:

1. Государственный итоговый экзамен, по которому разработана Программа государственного итогового экзамена. Требования к государственному итоговому экзамену определяются Положением об итоговой государственной аттестации выпускников СФ ГАОУ ВО МГПУ;

2. Защиту выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы). Методические рекомендации по подготовке и защите выпускных квалификационных работ содержат:

- цели и задачи выпускной квалификационной работы студента;
- требования по содержанию выпускной квалификационной работы;
- порядок организации защиты выпускной квалификационной работы студента.

Итоговая аттестация выпускника регламентируется Положением о выпускной квалификационной работе выпускников СФ ГАОУ ВО МГПУ.

## **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОП ВО**

ОП подготовки бакалавра обеспечивается учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам (модулям) ОП.

Внеаудиторная работа обучающихся сопровождается методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.

СФ МГПУ располагает современной библиотекой с постоянно пополняемым библиотечным фондом - 994193 экземпляра. Библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными за последние 10 лет для дисциплин гуманитарного, социального и экономического цикла - за последние 5 лет, из расчета не менее 5 экземпляров таких изданий на каждые 100 обучающихся магистратуры и бакалавриата и 0,5 экземпляра на 1 студента бакалавриата.

Фонд дополнительной литературы включает учебные, официальные, справочно-библиографические издания в расчете 1-2 экземпляра на каждые 100 обучающихся.

Библиотека работает в Автоматизированной информационно-библиотечной системе АИБС МАРК-SQL 1.14, разработанной в НПО «Информ-Система».

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

В Университете создана Электронная библиотека, которая ежедневно пополняется.

Каждый обучающийся обеспечен доступом к ЭБС «Университетская библиотека online», содержащей издания по основным изучаемым дисциплинам. ЭБС обеспечивает возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

Развитие библиотеки и формирование фондов осуществляется по разным направлениям. Это расширение сервисов и услуг для читателей на сайте [www.samaga.mgri.ru](http://www.samaga.mgri.ru) (каталог оглавлений периодики, бюллетень новых поступлений, электронный каталог, удалённые ресурсы – ссылки на полнотекстовые источники, виртуальная библиографическая справка, электронный формуляр читателя, заявка на комплектование изданий), обеспечение учебной и научно-исследовательской деятельности, пополнение традиционных библиотечных фондов, обеспечение доступа к полнотекстовым ресурсам внутренним и внешним, базам данных и информационным системам в соответствии с образовательными и научными интересами. (EastView, e-Library социально-гуманитарная коллекция, [www.ebiblioteka.ru](http://www.ebiblioteka.ru), Электронная библиотечная система IPRbooks ООО «Ай Пи Эр Медиа» [www.iprbookshop.ru](http://www.iprbookshop.ru), ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru), ЭБС «ЮРАЙТ» [www.urait.ru](http://www.urait.ru)).

## **6. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ ОП ВО**

Реализация ОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и ученую степень в соответствующей профессиональной сфере и систематически занимающимися научной и научно-методической деятельностью:

- базовое образование, соответствующее профилю преподавания дисциплины, имеют 56% преподавателей;
- 75% преподавателей, обеспечивающих учебный процесс, имеют российские ученые степени и ученые звания;
- ученые степени доктора наук или ученое звание профессора имеют 12% преподавателей,
- 12 % дисциплин обеспечивается преподавателями, имеющими стаж практической работы по данному направлению на должностях руководителей или ведущих специалистов более 10 последних лет.

## **7. ОСНОВНЫЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ВУЗЕ В СООТВЕТСТВИИ С ОП ВО**

Для реализации образовательной программы Филиал располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, которые предусмотрены учебным планом Филиала, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Филиал имеет 2 здания, общая площадь которых составляет 4422 кв.м. В составе используемых помещений имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

оборудования: лекционные аудитории, аудитории для практических и семинарских занятий, лингафонный кабинет, компьютерные классы, аудитории, оборудованные стационарными мультимедиа проекторами, интерактивными досками.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Филиала.

Библиотека филиала содержит более 50 тысяч единиц хранения, электронный каталог изданий и публикаций насчитывает почти 300 описаний электронных ресурсов, периодических изданий и статей. Библиотека оснащена компьютерной и мультимедийной техникой, а существующий в филиале неограниченный доступ к сети Интернет позволяет студентам, аспирантам, преподавателям и научным сотрудникам воспользоваться электронными ресурсами любой библиотеки мира.

В филиале при организации и проведении учебного процесса используется 204 компьютера (117 персональных компьютеров, 68 ноутбуков, 9 моноблоков, 5 серверов, 1 сенсорный киоск, 1 терминал, 3 планшета), из которых 89 - доступны для использования студентами в свободное от основных занятий время. Преподаватели также активно используют в своей деятельности персональные компьютеры. Все компьютеры имеют доступ к сети Интернет. В корпусах доступ предоставляется к сети Интернет с помощью оптического канала. Скорость передачи данных составляет до 100 Мбит/сек.

Рабочий и учебный процесс в филиале обеспечивается полностью лицензионным программным обеспечением, используются обучающие компьютерные программы по отдельным дисциплинам и темам, профессиональные пакеты программ по специальностям, программы компьютерного тестирования, программы для решения организационных, управленческих и экономических задач филиала.

В филиале оборудованы стационарные мультимедийные аудитории, которые оснащены современным оборудованием: средствами отображения информации в количестве 30 штук (телевизоры – 21, проекторы – 9), интерактивными устройствами – 6 штук. Все факультеты оснащены фото- и видеотехникой.

В филиале функционирует медицинский кабинет, который снабжен необходимым оборудованием, медикаментами и мебелью.

Для питания студентов и сотрудников организована столовая, которая рассчитана на 262 посадочных места, и ее площадь составляет 165 кв.м. Столовая работает в течение всего дня, что позволяет студентам любой формы обучения и сотрудникам питаться в удобное время.

## **8. ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ (СОЦИАЛЬНО- ЛИЧНОСТНЫХ) КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ**

Социально-культурная среда СФ ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет» основана на построении воспитательной работы на всех уровнях системы образования, причем таким образом, чтобы все звенья воспитательного процесса были взаимосвязаны между собой и обеспечивали системный личностно-ориентированный подход к образованию.

В СФ МГПУ в обстановке высокой академической культуры, сочетающей в себе элементы новой демократии, уважения к педагогическим традициям происходит активное развитие нравственных, эстетических чувств, становление и стабилизация характера студентов института. Внедряемые в СФ МГПУ современные подходы к системе образования и воспитания студенческой молодежи, формирование единого

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

информационного пространства, введение электронного документооборота и пр. - все элементы системы образования в целом, позволяют оптимально направить студентов института на овладение комплексом социальных функций: гражданских, профессиональных и трудовых

Опираясь на Концепцию воспитательной работы, студенты и педагоги университета строят работу по формированию и развитию социально, профессионально и лично значимых компетенций студентов и аспирантов.

Об этом свидетельствуют принципы системы воспитания, зафиксированные в данной Концепции:

- органическое единство обучения и воспитания;
- связь обучения и воспитания с жизнью и потребностями общественного развития;
- уважение к личности обучающегося и к студенческому коллективу;
- активность и самостоятельность обучающихся, студенческих коллективов и организаций;
- непрерывность, преемственность, последовательность;
- единство требований;
- сочетание индивидуальных, групповых и массовых методов и форм воспитательной работы.

Реализация данных принципов направлена на сквозное развитие воспитательной деятельности вуза, способствующей формированию общекультурных и профессиональных компетенций студентов. При этом существенное значение имеет персонификация практических и исследовательских задач, отражающих специфические особенности Филиала как гуманистического и практико-ориентированного вуза.

Социально-культурная среда вуза формируется в системе учебных и внеучебных мероприятий: беседы и презентации на актуальные социально-экономические темы; посещение научных и научно-методических конференций; участие в проектной деятельности; посещение выставок, связанных с обучением за рубежом; художественных выставок и выставок народных ремесел и творчества; посещение музеев, фестивалей кино на иностранных языках и театральных представлений; встречи с работодателями и выпускниками; организация НИР студентов по формированию общекультурных компетенций; организация социальной поддержки студентов; оздоровительно-профилактической поддержки студентов; организации межличностного взаимодействия; обеспечения художественно-творческой направленности деятельности студентов.

В целом СФ МГПУ традиционно всегда обеспечивал условия, необходимые для полноценного образовательного процесса. Поэтому модернизация социально-культурной среды вуза заключается в ее адаптации и перенастройке на потребности компетентностно-ориентированного образования. А это, в свою очередь, требует расширения, углубления и нового структурирования комплекса тех условий, которые должны способствовать овладению выпускниками общекультурных компетенций, обретению ими готовности к активным и результативным действиям в инновационной социальной среде XXI века.

**9. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ  
КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ОП ВО БАКАЛАВРИАТА ПО  
НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С  
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

В соответствии с ФГОС ВО и Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» оценка качества освоения обучающимися образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Конкретные формы и процедура текущего контроля и промежуточной аттестации знаний регламентируется Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов СФ ГАОУ ВО МГПУ.

**9.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям ОП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» созданы фонды оценочных средств по каждой дисциплине учебного плана. Содержание ФОС представлено в параграфе 4.2. Совокупность фондов оценочных средств по всем дисциплинам учебного плана позволяет оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

Кроме того, в СФ ГАОУ ВО МГПУ для оценки знаний студентов применяется Балльно-рейтинговая система, в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания уровня знаний обучающихся. Балльно-рейтинговая система является системой учета и контроля качества освоения образовательной программы обучающимися. Балльно-рейтинговая система оценки качества освоения обучающимися ОП вводится в целях:

- повышения мотивированности обучающихся к освоению ОП путем более высокой дифференциации оценивания;
- совершенствования механизма организации самостоятельной работы обучающихся и методов ее контроля;
- повышения качества подготовки обучающихся по дисциплине (модулю) за счет подробности распределения отчетного материала и регулярности отчетности;
- стимулирования системы поощрительных механизмов в образовательном процессе;
- совершенствования образовательных технологий.

БРС является элементом системы мониторинга качества образования СФ ГАОУ ВО МГПУ.

**9.2. Государственная итоговая аттестация студентов-выпускников вуза**

Государственная итоговая аттестация выпускника является обязательной и осуществляется после освоения основной образовательной программы в полном объеме.

Государственная итоговая аттестация включает государственный итоговый экзамен и защиту выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы).

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы) регламентируются Положением о выпускной квалификационной работе выпускников СФ ГАОУ ВО МГПУ, требования к государственному итоговому экзамену определяются Положением о государственной итоговой аттестации выпускников СФ ГАОУ ВО МГПУ.

**10. РЕГЛАМЕНТ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ОП  
ВО В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ**

Изменения и дополнения, вносимые в структуру, содержание и компоненты ОП проходят экспертизу учебно-методической комиссии, рассматриваются на Учебном совете Филиала, утверждаются директором Филиала после одобрения Ученым советом. Актуализация ОП и составляющих ее документов осуществляется ежегодно.



**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Разработчик:**

СФ ГАОУ ВО МГПУ, доктор филологических наук, профессор, заведующий  
кафедрой филологии и массовых коммуникаций А.В. Растягаев

**Эксперт:**

СФ ГАОУ ВО МГПУ, доктор филологических наук,  
профессор Ю.В. Сложеникина

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Приложение 1**

**МАТРИЦА КОМПЕТЕНЦИЙ  
НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Б1. Б	Базовая часть	
Б1. Б.1	Иностранный язык	ОК-5,
Б1. Б.2	Русский язык и культура речи	ОК-5
Б1. Б.3	История	ОК-2, ОК-4
Б1. Б.4	Культурология	ОК-1
Б1. Б.5	Психология	ОК-6
Б1. Б.6	Социология	ПК-10 ПК-11
Б1. Б.7	Философия	ОК-1,
Б1. Б.8	Экономика	ОК-3,
Б1. Б.9	Математика и статистика	ПК-4
Б1. Б.10	Компьютерные технологии и информатика	ОПК-6
Б1. Б.11	Компьютерные технологии в связях с общественностью	ОПК-6
Б1. Б.12	Модуль 1 Коммуникология	
Б1. Б.12.1	Основы теории коммуникаций	ОК-5

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Б1. Б.12.2	Социология массовых коммуникаций	ПК-10, ПК-11
Б1. Б.12.3	Психология массовых коммуникаций	ОК-6
Б1. Б.12.4	Теория и практика массовой информации	ОПК-3,
Б1. Б.13	Модуль 2 Интегрированные коммуникации	
Б1. Б.13.1	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)	ПК-8
Б1. Б.14	Модуль 3 Менеджмент	
Б1. Б.14.1	Основы менеджмента	ОК-7, ПК-2, ПК-3, ПК-4
Б1. Б.14.2	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	ОПК-1, ОПК-2, ПК-1, ПК-12, ПК- 15
Б1. Б.15	Модуль4 Маркетинг	
Б1. Б.15.1	Основы маркетинга	ПК-5, ПК-9
Б1. Б.15.2	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	ПК-9
Б1. Б.15.3	Безопасность жизнедеятельности	ОК-9
Б1. Б.16	Конфликтология	ОК-6
Б1. Б.17	Нарратология	ОК-5

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Б1. Б.18	Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность	ОК-3
Б1. Б.19	Стилистика и литературное редактирование	ОПК-3
Б1. Б.20	Теория и практика связей с общественностью	ОПК-4
Б1. Б.21	Практический курс иностранного языка	ОК-5
Б1. Б.22	Логика и теория аргументации	ОК-7
Б1. Б.23	История отечественной журналистики	ОК-1
Б1. Б.24	Современная пресс-служба	ПК-6
Б1. Б.25	Технология создания рекламного продукта	ПК-8, ПК-14, ПК-16
Б1. Б.26	Физическая культура	ОК-8
Б1. В	Вариативная часть	
Б1. В.ОД	Обязательные дисциплины	
Б1. В.ОД.1	Политология	ОК-2
Б1. В.ОД.2	Корпоративная культура	ПК-3
Б1. В.ОД.3	Концепции современного естествознания	ОК-1

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Б1. В.ОД.4	Организация и проведение кампаний в сфере связи с общественностью	ОПК-4, ОПК-5, ПК-7, ПК-13
Б1. В.ДВ	Дисциплины по выбору	
	Элективные курсы по физической культуре	ОК-8,
Б1. В.ДВ.1		
1	История русской литературы	ОК-2, ОК-5
2	Семиотика	ОК-7
Б1. В.ДВ.2		
1	История зарубежной литературы	ОК-2, ОК-5
2	Социальная антропология	ОК-1
Б1. В.ДВ.3		
1	Риторика	ОК-5
2	Религиоведение	ОК-6
Б1. В.ДВ.4		
1	История и актуальные проблемы зарубежной журналистики	ОК-1
2	Современный литературный процесс	ОК-2
Б1. В.ДВ.5		
1	Компьютерный дизайн	ОПК-6

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

2	Высшая математика	ОК-7
Б1. В.ДВ.6		
1	Второй иностранный язык	ОК-5
2	Политконсалтинг	ОК-2
Б1. В.ДВ.7		
1	Имиджелогия	ПК-1
2	МХК	ОК-1
Б1. В.ДВ.8		
1	Основы брендинга	ОПК-4
2	Психология рекламы	ПК-14
Б1. В.ДВ.9		
1	Медиарилейшнз	ОПК-3, ПК-6, ПК-12
2	Организация выставок и ярмарок	ОПК-4, ОПК-5, ПК-7, ПК-13
Б1. В.ДВ.10		
1	Теория и практика рекламы	ПК-14,
2	PR первого лица	ПК-13
Б1. В.ДВ.11		
1	Переговорный процесс	ОК-5

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

2	Спонсоринговые кампании		ПК-13
Б2	Практики		
Б2. У	Учебная практика		
Б2. У.1	Учебно-ознакомительная практика	ар	ОК-7, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-6
Б2. Н	Научно-исследовательская работа		
Б2. П	Производственная практика		
Б2. П.1	Производственная практика, в том числе преддипломная	ар	ОПК-1, ОПК-2, ПК-5, ПК-7, ПК-8
Б3	Государственная итоговая аттестация		ОК-7, ОПК-2, ПК-1, ПК-7, ПК-8