

**НЕГОСУДАРСТВЕННАЯ АВТОНОМНАЯ
НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МИРОВЫХ ЦИВИЛИЗАЦИЙ»**



УТВЕРЖДАЮ:
Ректор НАНО ВО «ИМЦ»
Слоботчиков О.Н.

«10» _____ 2018 г.

Кафедра

Рекламы и связей с общественностью
(название кафедры)

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код, наименование направления подготовки)

Профиль: Коммерческая реклама

Вид (виды профессиональной деятельности):

- организационно-управленческая;
- рекламно-информационная

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Утверждена на заседании
Ученого совета НАНО ВО «ИМЦ»
Протокол № 8
19 апреля 2018 г.

Одобрена на заседании кафедры
«Реклама и связи с общественностью»
Протокол № 08
12 апреля 2018 г.
Зав. кафедрой В.И. Кандалов

Москва 2018

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Образовательная программа высшего образования реализуемая вузом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и уровню бакалавриата и профилю Коммерческая реклама (далее ОП ВО).

ОП ВО представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением с учетом потребностей регионального рынка труда, требований федеральных органов исполнительной власти и соответствующих отраслевых требований на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по соответствующему направлению подготовки.

1.2. Нормативные документы для разработки образовательной программы

Нормативно-правовую базу разработки ОП ВО 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 Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301;

- Методические рекомендации по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утв. Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн);

- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утв. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 636 от 29.06.2015 г.

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

- Устав негосударственной автономной некоммерческой организации высшего образования «Институт мировых цивилизаций».

1.3. Общая характеристика вузовской образовательной программы высшего образования

1.3.1. Социальная роль, цели и задачи ОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направление подготовки)

по профилю коммерческая реклама

Социальная роль ОП ВО обусловлена реализацией задач в области обучения и воспитания, среди которых: формирование у обучаемых знаний, навыков, умений и компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки, формирование социально-значимых личностных качеств обучаемых, привитие обучаемым заинтересованного отношения к учебно-познавательной деятельности, формирование психологической готовности к будущей профессиональной деятельности. Институт способствует развитию социально-воспитательного компонента учебного процесса, включая развитие студенческого самоуправления, участие обучающихся в работе общественных организаций, спортивных и творческих клубов, научных студенческих обществ.

Целями ОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью является обеспечение комплексной и качественной подготовки квалифицированных, конкурентоспособных специалистов в области рекламы и связей с общественностью, востребованных в современных социально-экономических условиях и способных к решению практических профессиональных задач, в том числе в государственных и муниципальных органах и учреждениях, предприятиях различных организационно-правовых форм и форм собственности, на основе создания условий для личностного развития обучающихся, овладения общекультурными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями в процессе освоения образовательной программы; формирование учебно-образовательного процесса посредством внедрения активных и интерактивных форм обучения с учетом знания специфики экономических, социальных, политических, исторических, демографических, культурных, конфессиональных аспектов развития современного общества.

Задачами ОП ВО являются:

- формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью по профилю подготовки коммерческая реклама, необходимых для успешной профессионализации в сфере рекламной и PR деятельности, способности выпускников к дальнейшему профессиональному самосовершенствованию в области рекламы и связей с общественностью;

- подготовка высококвалифицированных и конкурентоспособных кадров в области рекламы и связей с общественностью, способных решать различные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности, осознающих социальную значимость своей будущей профессии, обладающих достаточным уровнем профессионализма;

- привитие умений и навыков культуры поведения, кооперации с коллегами, работы в коллективе;

- формирование у обучаемых способности добросовестно исполнять профессиональные обязанности, соблюдать принципы этики рекламиста и журналиста;
- формирование у обучаемых способности осуществлять профессиональную деятельность на основе развитого сознания, мышления и культуры;
- формирование у обучаемых способности эффективно осуществлять функции в области рекламы и связей с общественностью, а также управление коммуникационными процессами в социуме;
- формирование социально-психологической готовности к решению задач в соответствии с видами профессиональной деятельности;
- укрепление и совершенствование физического состояния, стремление к здоровому образу жизни.

1.3.2 Срок получения образования по программе:

Срок получения образования по программе бакалавриата:

- в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий составляет 4 года;
- по очно-заочной и заочной формам обучения - 4,5 года;
- при обучении по индивидуальному учебному плану, вне зависимости от формы обучения, составляет не более срока получения образования, установленного для соответствующей формы обучения, а при обучении по индивидуальному плану инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть увеличен по их желанию не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования для соответствующей формы обучения.

Конкретный срок получения образования и объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год, в очно-заочной или заочной формах обучения, а также по индивидуальному плану определяются Институтом самостоятельно в пределах сроков, установленных настоящим пунктом.

1.3.3. Объем программы:

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренного обучения.

1.4. Требования к абитуриенту

Прием граждан в Институт осуществляется в соответствии с Правилами приема в негосударственную автономную некоммерческую организацию высшего образования «Институт мировых цивилизаций» на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ОП ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, включает:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде;
- общественное мнение.

2.2. Объект профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются:

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

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата:

- организационно-управленческая;
- рекламно-информационная.

Программа бакалавриата ориентирована на практико-ориентированный, прикладной вид профессиональной деятельности как основной (программа прикладного бакалавриата).

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

организационно-управленческая деятельность:

- участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

рекламно-информационная деятельность:

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

3. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА КАК СОВОКУПНЫЙ ПЛАНИРУЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

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

Полный состав обязательных (общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных и иных) компетенций выпускника как совокупный планируемый результат освоения образовательной программы представлены в таблице 1.

Таблица 1

**Компетенции выпускника
как совокупный планируемый результат освоения образовательной
программы высшего образования по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью по профилю
коммерческая реклама**

<i>Коды компетенций</i>	<i>Название компетенций</i>
ОК	ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
ОК-1	способностью использовать основы философских знаний для

	формирования мировоззренческой позиции
ОК-2	способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК-4	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК-5	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК-6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию
ОК-8	способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК-9	готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
ОПК-1	рекламы и связей с общественностью в различных структурах
ОПК-2	владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью
ОПК-3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга
ОПК-4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ОПК-5	умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ОПК-6	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
	организационно-управленческая деятельность:
ПК-1	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-2	владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы
ПК-3	владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
	проектная деятельность:
ПК-4	владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ПК-5	способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации
	коммуникационная деятельность:
ПК-6	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной

	инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
ПК-7	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
	рекламно-информационная деятельность:
ПК-8	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
	рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:
ПК-9	способностью проводить маркетинговых исследований
ПК-10	способностью организовывать и проводить социологические исследования
ПК-11	владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
	информационно-технологическая деятельность:
ПК-12	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
ПК-13	способностью осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия
ПК-14	способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
ПК-15	владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ПК-16	способностью осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

4. СВЕДЕНИЯ О НАУЧНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ РАБОТНИКАХ

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:

Доля штатных преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок) от общего количества научно-педагогических работников - 63%;

Доля преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины – 77%;

Доля преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень и/или ученое звание - 85%;

Доля преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих стаж работы в данной профессиональной деятельности не менее 3-х лет - 17%.

5. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Учебный план (приложение 1) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» по профилю коммерческая реклама разработан в соответствии с Регламентом разработки, утверждения и корректировки рабочих учебных планов по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры входят в качестве обязательного компонента в образовательную программу.

6. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Календарный учебный график (приложение 2) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» по профилю коммерческая реклама разрабатывается ежегодно на основе графиков, входящих в рабочие учебные планы и с учетом распределения выходных и праздничных дней в соответствующем учебном году и входит в качестве обязательного компонента в образовательную программу.

7. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕНЫХ ДИСЦИПЛИН

Рабочие программы учебных дисциплин (приложение 3) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» по профилю коммерческая реклама, разработаны в соответствии с Порядком разработки и утверждении рабочей программы учебной дисциплины и практики по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры и входят в качестве обязательного компонента в образовательную программу.

8. ПРОГРАММЫ ПРАКТИК

Программы практик (приложение 4) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» по профилю коммерческая реклама разработан в соответствии с Порядком разработки и утверждения рабочей программы учебной дисциплины и практики по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры и входят в качестве образовательного компонента в образовательную программу.

9. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ИТОГОВОЙ (ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ) АТТЕСТАЦИИ (приложение)

Фонд оценочных средств (приложение 5) для итоговой (государственной итоговой) аттестации по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» по профилю коммерческая реклама разработан в соответствии с Положением о формировании фондов оценочных средств по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры и входит в качестве обязательного компонента в образовательную программу.

10. РАЗРАБОТЧИКИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Заведующий кафедрой Рекламы и связей с
общественностью НАНО ВО «Институт
мировых цивилизаций»

к.э.н., доцент

Кандалов В.И. _____
(Ф.И.О) *подпись*

от «__» _____ 20__ г.

_____ _____
(Ф.И.О.) *подпись*

от «__» _____ 20__ г.