

Негосударственная автономная некоммерческая организация высшего образования
«Институт мировых цивилизаций»
(НАНО ВО «ИМЦ»)

ПРИНЯТО
на заседании Ученого совета
19.04.2018 (протокол № 8)



Кафедра Рекламы и связей с общественностью
(название кафедры)

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

(уровень бакалавриата)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Коммерческая реклама

Вид (виды профессиональной деятельности): организационно-управленческая, рекламно-информационная

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Одобрена на заседании кафедры

Протокол № 08

«14» апреля, 2018 г.

Зав. кафедрой В.И. Кандалов

Образовательная программа высшего образования реализуемая вузом по направлению подготовки по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и уровню бакалавриата и профилю Коммерческая реклама (далее ОП ВО), реализуемая Негосударственной автономной некоммерческой организацией высшего образования «Институт мировых цивилизаций» (далее – Институт) составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «11» августа 2016 г. № 997.

Разработчики образовательной программы бакалавриата:

Кандалов В.И., к.э.н., доцент, заведующий кафедрой «Рекламы и связей с общественностью» ИАНО ВО «Институт мировых цивилизаций»

Внешние рецензенты образовательной программы бакалавриата:

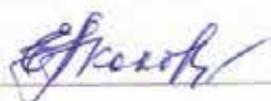
Владимирова Т.Н., д.пед.н., профессор, проректор по связям с общественностью Московского педагогического государственного университета, директор Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования МПГУ, член Союза журналистов России.

Жеглова Ю.Г., канд.полит.н., и.о. заведующего кафедрой связей с общественностью Института международных отношений и социально-политических наук Московского государственного лингвистического университета.

Козлов А.В., д.и.н., профессор, председатель Совета Региональной общественной организации «Ассоциация исследователей деятельности средств массовой информации».

СОГЛАСОВАНО

Первый проректор



Е.А. Кокорева

Декан факультета международных отношений
и геополитики



С.П. Шорохова

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
	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

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. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В соответствии с п. 48 Приказа Министерства образования и науки РФ 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» обучение по образовательным программам обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья будет предложена адаптированная образовательная программа, которая разрабатывается с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Для обучающихся-инвалидов программа адаптируется в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Учебный план

Приложение 2. Календарный учебный график

Приложение 3. Рабочие программы учебных дисциплин

Приложение 4. Программы практик

Приложение 5. Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации.

ЛИСТ АКТУАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

№	Характеристика/основание внесенных изменений	Дата и № Ученого совета	Примечания
1	Внесены изменения в штатное расписание и структуру Института.	Протокол № 10 от 28.06.2018	
2	Внесены изменения в кадровое обеспечение образовательной программы	Протокол № 1 от 30.08.2018	