Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Среднерусский институт управления – филиал РАНХ и ГС
ФАКУЛЬТЕТ «Государственное и муниципальное управление»
КАФЕДРА «История, политология и государственная политика»

Меркулов Павел Александрович

Подписан: Меркулов Павел Александрович
DN: C=RU, S=Орловская область, L=гор. Орел, T=Директор Института-филиала на период полномочий и.о. ректора, OU="СРЕДНЕРУССКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ - ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ""РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ"", O="ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ""РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ"", СНИЛС=00482216008, ИНН=575206486423, E=it@orel.ranepa.ru, G=Павел Александрович, SN=Меркулов, CN=Меркулов Павел Александрович
Основание: я подтверждаю этот документ своей удостоверяющей подписью
Местоположение: Среднерусский институт управления

УТВЕРЖДЕНО
Директор Среднерусского института управления – филиала РАНХ и ГС
П.А. Меркулов

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА
направлению подготовки или специальности высшего образования

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
код, наименование направления подготовки

Реклама и связи с общественностью в социальных и бизнес-процессах

очная, очно-заочная, заочная
(форма (формы) обучения)

Год набора: 2022

Орел, 2021 г.

1. Общие положения

1.1. Образовательная программа по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Приказ Минтруда России от 04.08.2014 N 535н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации").

1.2. Выпускникам, завершившим обучение по образовательной программе, присваивается квалификация: бакалавр

1.3. Образовательная программа реализуется на государственном языке РоссийскойФедерации (русском) в полном объеме.

1.4. Срок получения образования по образовательной программе составляет для очной формы обучения 4 года, для очно-заочной и заочной форм обучения – 5 лет.
1.5.Образовательная программа реализуется без применения сетевойформы обучения.
1.6. Образовательная программа реализуется без применения электронного обучения.
1.7. Обязательная часть, без учета объема государственной итоговой аттестации, составляет 45,4 % от общего объема образовательной программы.

2. Компетентностная модель выпускника

2.1. Общая характеристика осваиваемой профессиональной деятельности
2.1.1. Образовательная программа разработана с учетом требований следующих профессиональных стандартов:

№ п/п	Наименование профессионального стандарта	Приказ Минтруда России		Регистрационный номер минюста		Гиперссылка
		номер	дата	номер	дата	
1	06.009 "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации"	N 33973	04.09.2014	N 535н	04.08.2014	https://fgosvo.ru/uploadfiles/profstandart/06.009.pdf

2.1.2. В результате освоения образовательной программы выпускник будет готов осуществлять профессиональную деятельность в области профессиональной деятельностии(или) сфере профессиональной деятельности
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии

2.1.3. В результате освоения образовательной программы выпускник будет готов к решению задач профессиональной деятельности следующего типа/типов:
- маркетинговый;
- организационный.

2.1.4. В результате освоения образовательной программы выпускник готов:
- к выполнению следующих обобщенных трудовых функций:

ПС – 06.009
B – Организация продвижения продукции СМИ
B/01.6
- Организация маркетинговых исследований в области СМИ
B/02.6
- Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ
B/03.6
- Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ
B/04.6
- Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ

2.2. В результате освоения образовательной программы у обучающихся будут сформированы следующие компетенции, измеряемые на основе следующих ключевых индикаторов:

Коды компетенций	**Наименования компетенций**	**Ключевые индикаторы компетенций**
Универсальные компетенции (УК)		
УК ОС-1	Способен применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции	УК ОС-1.1 Формулирует собственную гражданскую и мировоззренческую позицию с опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, явлений и событий
		УК ОС-1.2 Систематизирует информацию, полученную в целях решения поставленной задачи по результатам самостоятельного поиска по широкому кругу

		источников
УК ОС-2	Способен разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	УК ОС-2.1 Представляет и защищает самостоятельно разработанный проект любого типа, исходя из действующих правовых норм и с обоснованием ресурсов и ограничений при его разработке и реализации
УК ОС-3	Способен вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе	УК ОС-3.1 Обосновывает адекватность распределения ролей в рамках выполнения командной задачи и собственную ролевую позицию
УК ОС-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию, в том числе в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках	УК ОС-4.1 Соблюдает требования к языку и форме общения, в том числе делового, в зависимости от коммуникативной задачи, решаемой на русском или иностранном языке
УК ОС-5	Способен проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества в социально-историческом и философском контекстах, соблюдать нормы этики и использовать дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	УК ОС-5.1 Проявляет гибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологических особенностей.
		УК ОС-5.2 Демонстрирует знание психофизических особенностей развития лиц с психическими и (или) физическими недостатками для выстраивания своего поведения в социальной и профессиональной сфере
УК ОС-6	Способен выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК ОС-6.1 Обосновывает траекторию личностного и профессионального роста, основываясь на методах самоменеджмента и самоорганизации (под поставленную задачу)
УК ОС-7	Способен поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК ОС-7.1 На основе самодиагностики физического состояния отбирает и реализует методы поддерживания физического здоровья.
УК ОС-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК ОС-8.1
УК ОС-9	Способен использовать основы экономических знанийдля	УК ОС-9.1 Приводит экономическое обоснование

	принятия экономически обоснованных решений в различных сферах деятельности	принимаемых решений в различных сферах деятельности
УК ОС-10	Способен демонстрировать и формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК ОС-10.1 Юридически грамотно квалифицирует действие/бездействие как коррупционное и определяет меры, направленные на противодействие коррупционному поведению
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
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	ОПК-1.1 Подготавливает контент для публикации медиа, владеет методами структурирования информации, текстов на русском и (или) иностранном языках
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Осуществляет самостоятельный поиск и выбор событий, явлений, как материала для публикаций, выделяет специфику и особенности темы, верно определяет основную сюжетную линию освещаемой темы
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Отбирает темы публикаций в соответствии с параметрами целевых аудиторий, релевантных профессиональной деятельности, выстраивает коммуникацию с авторами в рамках осуществления профессиональной деятельности в современных СМИ
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	ОПК-5.1 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира

ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1Использует программы ИКТ для редактирования и вёрстки информации, самостоятельно проводит фото-, видео-, аудиодокументирование освещаемого события, участвует в работе съемочной группы
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Проводит анализ социологических и маркетинговых исследований с учетом правовых норм и учетом общественного мнения
Самостоятельно установленные профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-1.1 – Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-1.2 – Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
ПК-2	Способен осуществлять продвижение, контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ на основе результатов маркетинговых исследований.	ПК-2.1 – Разрабатывает маркетинговую стратегию для продукции СМИ ПК-2.2 – Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ ПК-2.3 – Контролирует и оценивает эффективность результатов продвижения продукции СМИ
ДПК-1	Способен самостоятельно организовывать свою деятельность и планировать деятельность организации	ДПК-1.1 – Самостоятельно планирует и осуществляет деятельность коллектива и организации
ПК-3	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-3.1 – Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-3.2 – Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-4	Способен применять в	ПК-4.1 – При реализации

	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
ДПК-3	Способен разрабатывать, редактировать и продвигать рекламный продукт, используя методы производства мультимедийного контента	ДПК-3.1 При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде
ПК-5	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-5.1 – Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами ПК-5.2- При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде ПК-5.3 - Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
ПК-6	Способен управлять информацией из различных источников с использованием программных продуктов и технических средств, осуществлять мониторинг информации в Интернет с учетом соблюдения норм права	ПК-6.1 – Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами с соблюдением парвовых норм ПК-6.2- Использует программыне продукты и технические средства в прцессе управления информацией

Общее количество осваиваемых компетенций: 25 (двадцать пять)

3. Общая характеристика структуры образовательной программы

Образовательная программа «Реклама и связи с общественностью» включает в себя:
– учебный(ые) план(ы);
– календарный(ые) учебный(ые) график(и);
– следующие дисциплины: для каждой дисциплины в составе образовательной программы:
Б1.О.01Философия– 3 ЗЕ
Б1.О.02 Иностранный язык – 14 ЗЕ
Б1.О. Психология– 2 ЗЕ

Б1.О. Социология– 3 ЗЕ
Б1.О.05 Экономика– 4 ЗЕ
Б1.О.06 Основы математических знаний– 3 ЗЕ
Б1.О.07 Психология массовых коммуникаций– 2ЗЕ
Б1.О.08 Основы менеджмента– 4 ЗЕ
Б1.О.09 Правовое регулирование в связях с общественностью и рекламе– 4 ЗЕ
Б1.О.10 Основы маркетинга- 2 ЗЕ
Б1.О.11Основы редактирования и копирайтинг-6 ЗЕ
Б1.О.12Политология- 3 ЗЕ
Б1.О.13Безопасность жизнедеятельности-3 ЗЕ
Б1.О.14Физическая культура и спорт– 2 ЗЕ
Б1.О.15История искусства и дизайна– 4 ЗЕ
Б1.О.16Введение в медиапланирование– 4 ЗЕ
Б1.О.17Введение в профессию– 2 ЗЕ
Б1.О.18Культурология– 2 ЗЕ
Б1.О.19История рекламы– 3 ЗЕ
Б1.О.20Социология массовых коммуникаций- 2 ЗЕ
Б1.О.21Маркетинговые исследования и ситуационный анализ– 4 ЗЕ
Б1.О.22История– 4 ЗЕ
Б1.О.22.01 История России– 4 ЗЕ
Б1.О.23Информационные технологии в рекламе– 7 ЗЕ
Б1.О.24Теории коммуникаций– 8 ЗЕ
Б1.О.24.01Основы теории коммуникации– 4 ЗЕ
Б1.О.24.02Теория и практика массовых коммуникаций– 4 ЗЕ
Б1.О.25Цифровые технологии– 4 ЗЕ
Б1.О.26Основы российской государственности- 2 ЗЕ
Б1.О.27 Основы национальной безопасности- 2 ЗЕ
Б1.В.01 Правоведение – 4 ЗЕ
Б1.В.02 Русский язык и культура речи – 6 ЗЕ
Б1.В.03 Гражданское право – 3 ЗЕ
Б1.В.04 Логика – 2 ЗЕ
Б1.В.05 Конфликтология – 2 ЗЕ
Б1.В.06 Теория и практика рекламы – 5 ЗЕ
Б1.В.07 Командный менеджмент – 2 ЗЕ
Б1.В.08 Основы проектного управления – 2 ЗЕ
Б1.В.09 Теория и практика связей с общественностью – 5 ЗЕ
Б1.В.10 Рекламный менеджмент – 2 ЗЕ
Б1.В.11 Основы корпоративного права – 3 ЗЕ
Б1.В.12 Разработка рекламного продукта– 4 ЗЕ
Б1.В.13 Технология разработки медиапродукта– 5 ЗЕ
Б1.В.14 Планирование коммуникационных стратегий– 3 ЗЕ
Б1.В.15 Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью– 4 ЗЕ
Б1.В.16 Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью–5 ЗЕ

Б1.В.17 Организация работы рекламного агенства– 4 ЗЕ
Б1.В.18 Технологии медиарилейшнз и медиапланирования– 4 ЗЕ
Б1.В.19 Бизнес-планирование в рекламе и связях с общественностью– 2 ЗЕ
Б1.В.20 Эффективность рекламной деятельности– 2 ЗЕ
Б1.В.21 Организация работы пресс-службы– 2 ЗЕ
Б1.В.22 Публичная политика и взаимодействие с органами власти– 4 ЗЕ
Б1.В.ДВ.01.01 Цифровое общество и управление цифровой репутацией– 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.01.02 Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты» – 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.02.01Методы проведения исследований в рекламе и связях с общественностью– 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.02.02Методы проведения социологических исследований и анализа информации медиаисследований– 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.03.01Деловые коммуникации– 3 ЗЕ
Б1.В.ДВ.03.02Организационная культура– 3 ЗЕ
Б1.В.ДВ.04.01Прикладная физическая культура
Б1.В.ДВ.04.02Атлетическая гимнастика
Б1.В.ДВ.04.03Волейбол
Б1.В.ДВ.04.04Адаптивная физическая культура и спорт
Б1.В.ДВ.05.01Программные продукты в рекламе и связях с общественностью– 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.05.02Информационное обеспечение профессиональной деятельности– 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.06.01Управление изменениями и деловая репутация– 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.06.02Управление персоналом– 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.07.01Публичные выступления и спичрайтинг– 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.07.02Стилистика и литературное редактирование– 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.08.01Интернет-реклама– 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.08.02Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и PR– 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.09.01Социальные проекты и социальная реклама– 3 ЗЕ
Б1.В.ДВ.09.02Социальное планирование и проектирование в PR– 3 ЗЕ
Б1.В.ДВ.10.01Создание и продвижение сайта– 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.10.02Маркетинг в социальных сетях– 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.11.01Брендинг– 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.11.02Основы имиджелогии– 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.12.01Право интеллектуальной собственности– 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.12.02Авторское право– 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.13.01Трудовое право– 2 ЗЕ
Б1.В.ДВ.13.02Договорное право– 2 ЗЕ
Б2.О.01(У) Профессионально-ознакомительная практика– 6 ЗЕ
Б2.В.01(П) Профессионально-творческая практика– 6 ЗЕ
Б2.В.02(П) Технологическая практика– 6 ЗЕ
Б2.В.03(Пд) Преддипломная практика– 9 ЗЕ

ФТД.В.01Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО– 1 ЗЕ
ФТД.В.02Государственное и муниципальное управление– 2 ЗЕ
ФТД.В.03Психолого-педагогическая адаптация к образовательной среде– 2 ЗЕ

4. Общая характеристика условий доступности образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

4.1. Образовательная программа обеспечивает следующие условия доступности для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: обеспечен беспрепятственный доступ обучающихся, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, локальных пониженных стоек-барьеров, предоставляется специальное кресло для инвалидов, регулируемый по высоте стол и др.).

4.2. Образовательная программа обеспечивает следующие условия доступности для слепых и слабовидящих, в том числе при применении дистанционных образовательных технологий: обеспечиваются специальными возможностями электронной информационно-образовательной среды, в том числе электронных библиотечных систем, а также соглашением с библиотекой для лиц с ОВЗ; размещение справочной информации в адаптированной форме для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими

4.3. Образовательная программа обеспечивает следующие условия доступности для глухих и слабослышащих, в том числе при применении дистанционных образовательных технологий: применение звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств, предоставление индукционной петли, услуг ассистента, оказывающего необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

5. Реквизиты образовательной программы

Руководитель образовательной программы:

доктор исторических наук, профессор П.А. Меркулов___

Разработчики образовательной программы:

кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры «История, политология и государственная политика» И.В. Карпова

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «История, политология и государственная политика» Т.А. Алёхина

Образовательная программа рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Среднерусского института управления – филиала РАНХиГС. Протокол №6 от 04.10.2021 г.