

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Университет ИТ ХАБ»**

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

Майоров А.В.
«06 » марта 2025 г.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
(ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА)
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направленность (профиль):	«PR технологии и цифровые коммуникации»
Квалификация (степень):	бакалавр
Форма обучения:	очная

Москва

Образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), направленность (профиль): «PR технологии и цифровые коммуникации»

Образовательная программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 и Профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н, «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. № 629н, «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 № 811н.

Оглавление

1. Общие положения.....	5
1.1 Образовательная программа высшего образования (ОП ВО).....	5
1.2. Требования к поступающему (требования к уровню подготовки, необходимому для освоения ОП ВО (бакалавриата).....	5
1.3. Квалификация, присваиваемая выпускникам.....	5
1.4. Нормативные документы для разработки ОП ВО.....	5
2. Характеристика направления подготовки.....	6
2.1. Цель (миссия) ОП ВО.....	6
2.2. Формы обучения.....	7
2.3. Объем ОП ВО.....	7
2.4. Срок получения образования по ОП ВО составляет:.....	7
2.5. Язык, на котором реализуется ОП ВО.....	8
3. Характеристика профессиональной деятельности выпускников, освоивших образовательную программу.....	8
3.1. Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие образовательную программу, могут осуществлять профессиональную деятельность, включают:.....	8
3.2. Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации»:.....	9
3.3. Типы задач профессиональной деятельности выпускников.....	9
3.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника.....	9
3.5. Объекты профессиональной деятельности выпускников или области знания:.....	10
4. Структура и объем программы.....	10
4.1. Программа бакалавриата в рамках Блока 1 «Дисциплины (модули)».....	10
4.2. Реализация дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту.....	10
4.3. Практики.....	11
Основные базы практики перечень основных договоров, заключенных с ними.....	11
4.4. Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».....	12
4.5. Элективные дисциплины (модули) и факультативные дисциплины (модули).....	12
5. Требования к результатам освоения образовательной программы.....	14
5.1. Универсальные компетенции выпускников, индикаторы их достижения и обеспечивающие их реализацию дисциплины ОП.....	19
5.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников, индикаторы их достижения и обеспечивающие их реализацию дисциплины ОП.....	26

5.3. Профессиональные компетенции выпускников, сопряженные профессиональные стандарты, обобщенные и конкретные трудовые функции, индикаторы достижения компетенций и обеспечивающие их реализацию дисциплины ОП ВО	29
6. Оценочные и методические материалы (фонд оценочных средств и методических материалов, обеспечивающих оценку качества подготовки обучающихся) и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	33
7. Условия реализации образовательной программы	33
7.1. Общесистемные требования к реализации программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации»	33
7.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации»	34
Лицензионное программное обеспечение	35
7.3. Требования к кадровым условиям реализации программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации»	37
8. Обеспечение требований к финансовым условиям реализации ОП ВО	38
9. Механизмы оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации»	38
Приложения	
1. Учебный план и календарный учебный график (Приложения 1,2)	
2. Аннотации рабочих программ дисциплин, рабочих программ практик, программы Государственной итоговой аттестации (Приложение 3)	
3. Оценочные и методические материалы (фонд оценочных средств и методических материалов, обеспечивающих оценку качества подготовки обучающихся и проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации) (Приложение 4)	
4. Иные методические материалы (Приложение 5)	
5. Рабочие программы практик (Приложение 6)	
6. Программа Государственной итоговой аттестации (Приложение 7)	
7. Рабочие программы дисциплин (Приложение 8)	
8. Справка о кадровом обеспечении (Приложение 9)	
9. Справка о материально-техническом обеспечении (Приложение 10)	
10. Рабочая программа воспитания (Приложение 11)	
11. Календарный план воспитательных работ (Приложение 12)	

1. Общие положения

1.1 Образовательная программа высшего образования (ОП ВО)

Образовательная программа высшего образования (далее – ОП ВО), программа прикладного бакалавриата, реализуемая в Университете ИТ ХАБ (далее – Университет) по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью (профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации»), представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты) и организационно-педагогических условий, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), иных компонентов¹, оценочных и методических материалов², а также рабочей программы воспитания, календарного плана воспитательной работы, форм аттестации.

ОП ВО разработана и утверждена с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по соответствующему направлению подготовки высшего образования и регламентирует цели, планируемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и Профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н, «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. № 629н, «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 № 811н.

1.2. Требования к поступающему (требования к уровню подготовки, необходимому для освоения ОП ВО (бакалавриата))

Поступающий должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании. Прием документов и вступительные испытания проводятся в соответствии с Правилами приема, установленными Университетом.

1.3. Квалификация, присваиваемая выпускникам – бакалавр.

1.4. Нормативные документы для разработки ОП ВО

Нормативную базу разработки ОП ВО составляют:

- Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993);
- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (в действующей редакции);
- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации - по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № от 08.06.2017 г. № 512 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – 42.03.01 по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью»;

¹ (рабочих программ практик, программы государственной итоговой аттестации, аннотаций рабочих программ)

² фонда оценочных средств

- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 06.04.2021 № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (в действующей редакции);
- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 № 885/390 «О практической подготовке обучающихся»;
- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 29.06.2015 N 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры» (в действующей редакции);
- Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н,
- Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. № 629н,
- Профессиональный стандарт «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 № 811н;
- Устав Университета ИТ ХАБ;
- Локальные акты Университета ИТ ХАБ, регламентирующие ведение образовательной деятельности.

2. Характеристика направления подготовки

2.1. Цель (миссия) ОП ВО

В области воспитания ОП ВО имеет своей целью развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, а также развитие у обучающегося следующих личностных качеств: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, гражданственности, коммуникабельности, толерантности. См. Рабочую программу воспитания (Приложение 10), календарный план воспитательной работы (Приложение 11).

В области обучения целями ОП ВО являются:

- удовлетворение потребностей общества и государства в фундаментально образованных и гармонически развитых специалистах, владеющих современными технологиями в области профессиональной деятельности;
- удовлетворение потребности личности в овладении социальными и профессиональными компетенциями, позволяющими ей быть востребованной на рынке труда и в обществе, способной к социальной и профессиональной мобильности.

Задачи ОП ВО:

Задачами ООП являются:

- а) обеспечение комплексной и качественной профессиональной подготовки обучающихся на основе сочетания современных образовательных технологий и воспитательных методик;
- б) обеспечение формирования общепрофессиональных и профессиональных

компетенций посредством системности, комплексности и преемственности содержания дисциплин учебного плана применительно к областям, объектам и видам профессиональной деятельности в сфере, на которые ориентирована ОП ВО бакалавриата;

в) достижение комплексности компетентностно-ориентированной подготовки посредством овладения обучающимися современными методами, приемами, инструментами научных исследований в сфере связей с общественностью и профессиональными навыками их применения в реалиях практики в СМИ.

2.2. Формы обучения.

Обучение по ОП ВО осуществляется в очной форме обучения.

2.3. Объем ОП ВО составляет 240 зачетных единиц (далее - з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации ОПВО по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренному обучению.

2.4. Срок получения образования по ОП ВО составляет:

– в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, составляет 4 года. Объем ОП ВО в очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 з.е.;

– в заочной форме обучения, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, составляет 4 года 6 месяцев. Объем ОП ВО и в заочной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 з.е.;

– 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 лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть увеличен по их заявлению не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования, установленных для соответствующей формы обучения³. Объем ОП ВО за один учебный год при обучении по индивидуальному плану вне зависимости от формы обучения составляет не более 70 з.е. Объем ОП ВО за один учебный год при ускоренном обучении вне зависимости от формы обучения составляет не более 80 з.е.

2.5. Язык, на котором реализуется ОП ВО

ОП ВО реализуется на государственном языке Российской Федерации (на русском языке) (ст.14 Федерального закона от 29 декабря 2012г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

3. Характеристика профессиональной деятельности выпускников, освоивших образовательную программу

3.1. Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие образовательную программу, могут осуществлять профессиональную деятельность, включают:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

³ для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов – адаптированная образовательная программа высшего образования (АОП ВО)

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации); сфера рекламы и связей с общественностью.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

3.2. Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации»:

Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» от «4» августа 2014 № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации «4» сентября 2014 г., регистрационный № N 33973)

Обобщенная трудовая функция	Трудовые функции	Код трудовой функции	Коды компетенций
Организация продвижения продукции СМИ	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	ПК-1 – ПК-4
	Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	ПК-5 – ПК-8
	Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	ПК-9 – ПК-11
	Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	В/04.6	ПК-12 – ПК-13

3.3. Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

- авторский;
- редакторский.

3.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

Выпускник, освоивший ОП ВО, в соответствии с видами профессиональной деятельности, готов **решать следующие конкретные профессиональные задачи:**

- Продвижение продукции СМИ;
- Управление информационными ресурсами.

3.5. Объекты профессиональной деятельности выпускников или области знания:

Корреспонденции, материалы, аудио- и видеосюжеты в средствах массовой информации, мероприятия по повышению узнаваемости и популярности

4. Структура и объем программы

Структура ОП ВО включает следующие блоки:

Блок 1 «Дисциплины (модули)»,

Блок 2 «Практика»,

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация»

Структура программы бакалавриата		Объем программы бакалавриата в з.е. по ФГОС	Объем программы бакалавриата в з.е. фактически
Блок 1	Дисциплины (модули)	не менее 165	177
Блок 2	Практики	не менее 27	54
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6 - 9	9
Объем программы бакалавриата		240	240

Содержание ОП ВО представлено в Аннотации программ (Приложение 3) и рабочих программах дисциплин (Приложение 8).

Организация образовательного процесса реализации данной ОП ВО регламентируется учебным планом и календарным учебным графиком (Приложения 1,2).

4.1. Программа бакалавриата в рамках Блока 1 «Дисциплины (модули)» обеспечивает реализацию дисциплин (модулей) по философии, истории (истории России, всеобщей истории), иностранному языку, безопасности жизнедеятельности, основы государственности.

4.2. Реализация дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту

в объеме не менее 2 з.е. в рамках Блока 1 "Дисциплины (модули)";

в объеме не менее 328 академических часов, которые являются обязательными для освоения, не переводятся в з.е. и не включаются в объем программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации», в рамках элективных дисциплин (модулей) в очной форме обучения.

Дисциплины (модули) по физической культуре и спорту реализуются в порядке, установленном локальным актом вузов. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья университет устанавливает особый порядок освоения дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту с учетом состояния их здоровья.

4.3. Практики

В Блок 2 «Практика» входят учебная и производственная практики (далее - практики).

Тип учебной практики: профессионально-ознакомительная практика.

Типы производственной практики:

профессионально-творческая практика;

преддипломная практика.

Способы проведения практик: стационарная; выездная.

Стационарной является практика, которая проводится в организации либо в профильной организации, расположенной на территории населенного пункта, в котором расположена организация.

Выездной является практика, которая проводится вне населенного пункта, в котором расположена организация. Обучающиеся заочной формы обучения могут по заявлению проходить практику по месту жительства. При этом обеспечение обучающихся проездом к месту проведения практики и обратно, а также проживания их в период прохождения практики не предусматривается.

Обучающиеся заочной формы обучения могут по заявлению проходить практику по месту жительства. Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практики по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям к содержанию практики.

Практики могут проводиться в структурных подразделениях университета.

Организация проведения практики осуществляется на основе договоров с организациями, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках ОП ВО.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья и требования по доступности.

Рабочие программы практик – см. Приложение 6.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья и требования по доступности.

4.4. Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» включает:

подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

Программа ГИА – см. приложение 7.

4.5. Элективные дисциплины (модули) и факультативные дисциплины (модули)

При реализации образовательной программы обеспечивается возможность освоения факультативных (необязательных для изучения при освоении образовательной программы и не включаемых в ее объем) и элективных дисциплин (модулей) - избираемых в обязательном порядке. Избранные обучающимися элективные дисциплины (модули) являются обязательными для освоения. Факультативные дисциплины не включаются в объем программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации».

4.6. В рамках программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации» выделяются обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений

К обязательной части программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации» относятся дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций, а также профессиональных компетенций.

В обязательную часть программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации» включаются, в том числе:

дисциплины (модули), указанные в пункте 2.2 ФГОС ВО;

дисциплины (модули) по физической культуре и спорту, реализуемые в рамках Блока 1 "Дисциплины (модули)".

Дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных компетенций, могут включаться в обязательную часть программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации» и в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, составляет не менее 40% общего объема программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации».

Практическая подготовка при проведении практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки⁴ в Университете ИТ ХАБ организована при реализации учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) и практик, предусмотренных учебным планом.

Практическая подготовка при реализации учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) организуется в Университет ИТ ХАБ путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ, выполнения контрольных работ, решения задач, кейсов, написания текстов, выполнения иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Конкретный вид определяется в рабочей программе соответствующей дисциплины (модуля).

4.7. Организация предоставляет инвалидам и лицам с ОВЗ (по их заявлению) возможность обучения по программе 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации», учитывающей особенности их психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости обеспечивающей коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

5. Требования к результатам освоения образовательной программы

В результате освоения ОП ВО у выпускника будут сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Универсальные компетенции

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и

⁴Практическая подготовка - форма организации образовательной деятельности при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы (1 Пункт 24 статьи 2 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации")

	ограничений
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном (ых) языке
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. Здоровьесбережение)	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Гражданская позиция	УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности

Программа 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации», устанавливает следующие общепрофессиональные компетенции

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции выпускника
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Технологии	ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникативные технологии
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

При определении профессиональных компетенций на основе профессиональных стандартов Организация осуществляет выбор профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, из числа указанных в приложении к ФГОС ВО и (или) иных профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, из реестра профессиональных стандартов (перечня видов профессиональной деятельности), размещенного на специализированном сайте Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Профессиональные стандарты» (<http://profstandart.rosmintrud.ru>) (при наличии соответствующих профессиональных стандартов).

Из каждого выбранного профессионального стандарта Организация выделяет одну или несколько обобщенных трудовых функций (далее – ОТФ), соответствующих профессиональной деятельности выпускников, на основе установленных профессиональным стандартом для ОТФ уровня квалификации и требований раздела «Требования к образованию и обучению». ОТФ может быть выделена полностью или частично.

Совокупность компетенций, установленных программой бакалавриата, обеспечивает выпускнику способность осуществлять профессиональную деятельность не менее чем в одной области профессиональной деятельности и сфере профессиональной деятельности, установленных в соответствии с пунктом 1.11 ФГОС ВО, и решать задачи профессиональной деятельности не менее, чем одного типа, установленного в соответствии с пунктом 1.12 ФГОС ВО.

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника образовательной программы бакалавриата:

1. Организация маркетинговых исследований в области СМИ

Трудовые действия	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенций
Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	ПК-1 Способен осуществлять поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	ИПК-1.1. Знать основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации ИПК-1.2. Уметь использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты ИПК-1.3. Владеть инструментами выявления факторов, определяющих потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей
Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	ПК-2 Способен составлять и заключать договоры на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	ИПК-2.1. Знать маркетинговые технологии ИПК-2.2. Уметь составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров ИПК-2.3. Владеть навыками поиска и анализа необходимой информации, применения количественных и качественных методов анализа
Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	ПК-3 Способен производить анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	ИПК-3.1. Знать корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность ИПК-3.2. Уметь находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа ИПК-3.3. Владеть навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий и специализированных программных продуктов
Определение целевой аудитории потребителей	ПК-4 Способен определять целевую аудиторию потребителей	ИПК-4.1. Знать маркетинговые технологии ИПК-4.2. Уметь выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на

продукции СМИ	продукции СМИ	продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей ИПК-4.3. Владеть навыками составления аналитических отчетов, проведения презентации результатов маркетингового исследования
---------------	---------------	---

2. Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ

Трудовые действия	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенций
Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	ПК-5 Способен разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формировать коммуникативные цели и маркетинговые стратегии	ИПК-5.1. Знать организацию системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж ИПК-5.2. Уметь разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга ИПК-5.3. Владеть навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов
Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации	ПК-6 Способен выбирать маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителя необходимой информации	ИПК-6.1. Знать маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента ИПК-6.2. Уметь использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ИПК-6.3. Владеть навыками разработки концептуальных и стратегических документов в области маркетинга
Разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ	ПК-7 Способен разрабатывать и обосновывать проект ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ	ИПК-7.1. Знать технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов ИПК-7.2. Уметь осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение ИПК-7.3. Владеть средствами интегрирования различных средств продвижения в комплекс

		маркетинговых коммуникаций
Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом	ПК-8 Способен согласовывать маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом	ИПК-8.1. Знать корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность ИПК-8.2. Уметь интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций ИПК-8.3. Владеть инструментами осуществления планирования мероприятий по продвижению продукции, планирования расходов на их проведение

3. Организаций мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ

Трудовые действия	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенций
Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	ПК-9 Способен осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	ИПК-9.1. Знать корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность ИПК-9.2. Уметь использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии ИПК-9.3. Владеть навыками ведения деловых переговоров, установки деловых отношений с партнерами (клиентами)
Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях	ПК-10 Способен организовывать представление продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях	ИПК-10.1. Знать основные принципы организации рекламной кампании ИПК-10.2. Уметь выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями ИПК-10.3. Владеть средствами составления договоров гражданско-правового характера, оформления необходимо учетной и отчетной документации
Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости	ПК-11 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая	ИПК-11.1. Знать принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ ИПК-11.2. Уметь находить и анализировать необходимую

продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	благотворительные мероприятия	информацию, применять количественные и качественные методы анализа ИПК-11.3. Владеть инструментами анализа результатов продвижения продукции СМИ на основе полученных данных
--	-------------------------------	--

4. Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ

Трудовые действия	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенций
Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ	ПК-12 Способен разрабатывать системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ	ИПК-12.1. Знать принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ ИПК-12.2. Уметь формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ ИПК-12.3. Владеть навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов
Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ	ПК-13 Способен разрабатывать предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ	ИПК-13.1. Знать корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность ИПК-13.2. Уметь анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных ИПК-13.3. Владеть навыками поиска и анализа необходимой информации, применения количественных и качественных методов анализа

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам обеспечивает формирование у выпускника всех компетенций, установленных программой 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации».

6. Оценочные и методические материалы (фонд оценочных средств и методических материалов, обеспечивающих оценку качества подготовки обучающихся) и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные и методические материалы (фонд оценочных средств и методических материалов, обеспечивающих оценку качества подготовки обучающихся) и проведения

текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации содержат описание процедуры, показателей, критериев и шкал оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования; а также планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (см. Приложения 4,5).

7. Государственная итоговая аттестация

В Блок «Государственная итоговая аттестация» входит подготовка к процедуре защиты и защита ВКР.

Государственная итоговая аттестация проводится на основании Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры (утвержден Приказом Министерства образования и науки РФ от 29 июня 2015 года №636) и в соответствии с установленным в Университете порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования

Процедура государственной итоговой аттестации выпускников с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривает предоставление необходимых технических средств и при необходимости оказание технической помощи.

Программа ГИА (Приложение 7).

8. Условия реализации образовательной программы

Требования к условиям реализации образовательной программы включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации», а также требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации».

8.1. Общесистемные требования к реализации программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации»

8.1.1. Организация располагает необходимым материально-техническим обеспечением образовательной деятельности для реализации программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом (Справка МТО – см. Приложение 10).

8.1.2. Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), как на территории Университета, так и вне его к электронной информационно-образовательной среде организации (реализуемой посредством систем: Платформа для онлайн коммуникации **MTS Link**, Платформа для корпоративной почты **VK WorkMail**, Образовательная платформа LXP IThub, StartExam — облачная система) и электронной библиотеке университета - ЭБС IPRsmart.

Электронная информационно-образовательная среда обеспечивает:

доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, информационно-образовательная среда дополнительно обеспечивает:

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата; проведение всех видов учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий; взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации и обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству РФ⁵.

8.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации»

8.2.1. Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации», оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

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

8.2.2. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

Комплект лицензионного программного обеспечения

1. Офисное программное обеспечение **Microsoft Office 2016**.
2. Кроссплатформенная среда разработки компьютерных игр **Unity**.

Свободно распространяемое программное обеспечение

1. Архиватор файлов **7-Zip**.
2. Программное обеспечение для использования и редактирования файлов **Adobe Acrobat Reader**.

⁵ Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации", Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ "О персональных данных".

3. Программное обеспечение для создания, редактирования, визуализации, анализа и публикации геопространственной информации **QGIS**.
4. Программное обеспечение для создания трёхмерной компьютерной графики **Blender**.
5. Браузер **Google Chrome**.
6. Браузер **Mozilla Firefox**.
7. Программное обеспечение для 3D печати **Ultimaker Cura**.
8. Браузер **Opera browser**.
9. Приложение **Unity Hub** предназначено для управления проектами Unity.
10. Интегрированная среда разработки для создания приложений **Visual Studio**.
11. Графический интерфейс для управления репозиториями **SourceTree**.
12. Редактор исходного кода **Visual Studio Code**.
13. Интегрированная среда разработки программного обеспечения **Jetbrains IntelliJ IDEA Community Edition**.
14. Кроссплатформенная интегрированная среда разработки **Jetbrains PyCharm Community Edition**.
15. Кроссплатформенная интегрированная среда разработки **Jetbrains Rider**.
16. Программное обеспечение **Github Desktop**, которое помогает работать с файлами, размещенными на GitHub.
17. Программное обеспечение для проектирования и прототипирования дизайна цифровых продуктов **Figma**.
18. Кроссплатформенный текстовый редактор для написания программного кода **Sublime text**.
19. Кроссплатформенная среда разработки компьютерных игр **Unreal Engine 5.4**.
20. Кроссплатформенная среда разработки компьютерных игр на платформу **Roblox Roblox Studio**.
21. Мультиплатформенная среда разработки **Python**.
22. Интегрированная среда разработки **Arduino IDE**.
23. Программное обеспечение для виртуализации **Oracle VirtualBox**.
24. Программное обеспечение-анализатор сетевого трафика **Wireshark**.
25. Редактор для редактирования текста и программного кода **Notepad++**.
26. Программное обеспечение **WSL** предназначено для запуска подсистемы Linux на операционной системе от Microsoft.
27. Редактор исходного кода **VSCodium**.
28. Редактор видеофайлов **Davinchi Resolve**.
29. Браузер **Microsoft Edge**.

Программное обеспечение отечественного производства:

1. Браузер **Yandex browser**.
2. Платформа для онлайн коммуникации **MTS Link**.
3. Платформа для корпоративной почты **VK WorkMail**.
4. Комплекс программного обеспечения для корпоративной защиты **VipNet**.

8.3. Требования к кадровым условиям реализации программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации».

8.3.1. Реализация программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации» обеспечивается педагогическими работниками университета, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации» на иных условиях (см. Приложение 9).

8.3.2. Квалификация педагогических работников Университета соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел "Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего и дополнительного профессионального образования", утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011 г. №1н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 23 марта 2011 г., регистрационный № 20237) и профессиональным стандартам (при наличии).

8.3.3. Не менее 70 % численности педагогических работников университета, участвующих в реализации программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации», и лиц, привлекаемых к реализации программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации» на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

8.3.4. Не менее 5 % численности педагогических работников университета, участвующих в реализации программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации», и лиц, привлекаемых к реализации программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации» на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (иметь стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

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

9. Обеспечение требований к финансовым условиям реализации ОП ВО

Финансовое обеспечение реализации программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации» осуществляется в объеме значений базовых нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования - программ ОП ВО и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством образования и науки Российской Федерации⁶.

10. Механизмы оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «PR-технологии и цифровые коммуникации»

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки, в которой Организация принимает участие на добровольной основе.

⁶пункт 10 постановления Правительства Российской Федерации от 26 июня 2015 г. N 640 «О порядке формирования государственного задания на оказание государственных услуг (выполнение работ) в отношении федеральных государственных учреждений и финансового обеспечения выполнения государственного задания»

В целях совершенствования программы бакалавриата Организация при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников Организации.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе бакалавриата обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе бакалавриата в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе бакалавриата требованиям ФГОС ВО с учетом соответствующей ОП.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата осуществляется в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, отвечающими требованиям профессиональных стандартов, требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.