

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»

Принята решением
Ученого совета университета
протокол № 11
от «27» октября 2017 г.

«Утверждаю»

Ректор А.В. Якуб
от «27» октября 2017 г.



**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование направленности (профиля)
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень)
БАКАЛАВР

Виды профессиональной деятельности
**организационно-управленческая (основной)
рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая**

Тип программы: **прикладной**

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» разработана коллективом авторов:

ОмГУ им. Ф.М. Достоевского
Кафедра маркетинга и рекламы
доцент, кандидат экономических наук



Н.В. Катунина

Эксперты (работодатели и др.):

Директор по рекламе АО «Зодиак»

Директор рекламного агентства ООО «Коперник»



К.В. Колясин

А.В. Дымченко

Программа рассмотрена на заседании ученого совета факультета международного бизнеса (протокол № 1 от 13.09.2017 г.)

Программа разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденного Минобрнауки России, приказ № 997 от 11 августа 2016 г.

Декан факультета международного бизнеса



Ю.П. Дусь

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

- 1.1 Сроки получения и объем образовательной программы по реализуемым формам обучения
- 1.2 Направленность (профиль) образовательной программы
- 1.3 Область профессиональной деятельности
- 1.4 Объекты профессиональной деятельности
- 1.5 Вид (виды) профессиональной деятельности выпускника
- 1.6 Тип образовательной программы
- 1.7 Планируемые результаты освоения образовательной программы
- 1.8 Характеристика профессиональной деятельности
- 1.9 Сведения о профессорско-преподавательском составе
- 1.10 Сведения о материально-техническом обеспечении, необходимом для реализации программы

2. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

- 2.1 Матрица (карта) компетенций
- 2.2 Учебный план подготовки с учетом направленности (профиля) программы, включая календарный учебный график
- 2.3 Рабочие программы дисциплин (модулей)
- 2.4 Программы практик
- 2.5 Программа государственной итоговой аттестации

3. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

4. ПРИЛОЖЕНИЯ:

- Приложение 1 Матрица (карта) компетенций выпускника по направлению подготовки.
Приложение 2 Учебный план (включая календарный учебный график)
Приложение 3 Рабочие программы дисциплин (модулей)
Приложение 4 Программы практик
Приложение 5 Программа государственной итоговой аттестации

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

1.1 Сроки получения и объем образовательной программы по реализуемым формам обучения

Объем программы составляет 240 зачетных единиц в соответствии с ФГОС ВО.
Срок получения образования по программе 4 года по очной форме обучения.

Направленность (профиль) образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

1.2 Область профессиональной деятельности

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.

1.3 Объекты профессиональной деятельности

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.

1.4 Виды (вид) профессиональной деятельности выпускника

Организационно-управленческая (основная)

Рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая

1.5 Тип образовательной программы

Программа прикладного бакалавриата

1.6 Планируемые результаты освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения ОПОП соответствующие ФГОС ВО соотнесенные с видами профессиональной деятельности и учитывающие требования профессионального стандарта (стандартов), представлены в таблице 1, их связь с дисциплинами (модулями) учебного плана представлены картой компетенций выпускника и матрицей компетенций (приложение 1).

Таблица 1

Результаты освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Виды профессиональной деятельности	Профессиональные задачи	Профессиональные компетенции и профессиональные компетенции, установленные дополнительно
Организационно-управленческая	- участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;	ПК-1 ПК-2 ПК-3

Виды профессиональной деятельности	Профессиональные задачи	Профессиональные компетенции и профессиональные компетенции, установленные дополнительно
	- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе	ПКД -1 ПКД-2
Рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая	- участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований; - написание аналитических справок, обзоров и прогнозов	ПК-9 ПК-10 ПК-11 ПКД-3

При разработке ОПОП был сформирован дополнительный набор профессионально-специализированных компетенций (ПКД):

ПКД-1 владение навыками стратегического управления в области продуктовой и сбытовой политики предприятия

ПКД-2 умение проводить анализ и оценку рекламной деятельности организации.

ПКД-3 сформированность общекультурного кругозора для разработки и реализации коммуникационных программ.

1.7 Характеристика профессиональной деятельности

Исходя из требований профессиональных стандартов выпускник направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере, должен быть готов к выполнению профессиональных задач в соответствии с трудовыми функциями.

Профессиональные стандарты, учитываемые при разработке ОПОП:

1. Профессиональный стандарт специалиста по связям с общественностью (проект РАСО)

2. Типовая должностная инструкция специалиста по рекламе (в соответствии с Единым квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и других служащих)

Таблица 2

Сопоставление профессиональных задач и трудовых функций ПС

Требования ФГОС	Требования ПС
Профессиональные задачи	Обобщенные трудовые функции (ОТФ), трудовые функции (ТФ)
-Участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с	Разработка коммуникационной стратегии: - Сбор информации; - Анализ ситуации; - Определение целевого репутационного образа компании (продукта, персоны, проч.) на основе миссии и/или ключевой корпоративной цели компании (маркетинговой задачи или частной задачи персоны);

Требования ФГОС	Требования ПС
Профессиональные задачи	Обобщенные трудовые функции (ОТФ), трудовые функции (ТФ)
<p>общественностью фирмы и организации;</p> <p>-Участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Определение коммуникационной стратегии на основе общей бизнес-стратегии компании (либо стратегии конкретного направления бизнеса/продукта/персоны, в поддержку чего разрабатывается коммуникационная стратегия); - Сегментация коммуникационных целей по целевым группам; - Определение целевых результатов коммуникационной стратегии; - Разработка критериев оценки эффективности коммуникационной стратегии; - Определение способа реализации коммуникационной стратегии; - Определение порядка реализации коммуникационной стратегии; - Интеграция коммуникационной стратегии в бизнес-стратегию. <p>Реализация коммуникационной стратегии:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; - Определение, описание и анализ стейкхолдеров и коммуникационной среды для реализации стратегии коммуникаций; - Планирование и организация системы коммуникации в организации; - Проработка содержания коммуникации; - Организация взаимодействия со средствами массовой информации; - Организация прямых коммуникаций; - Организация взаимодействия с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, представляющими инфраструктуру рынка; - Организация взаимодействия с потребителями B2B и B2C; - Организация публичных выступлений перед аудиториями разного масштаба / публичных мероприятий; - Коммуникационная поддержка внешних и внутренних событий; - Организация цифровых коммуникаций; - Организация кризисных коммуникаций; - Оценка эффективности коммуникаций. <p>Должностные обязанности специалиста по рекламе (из Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Осуществление деятельности по рекламированию производимой продукции или услугах с целью их продвижения на рынки сбыта, информируя потребителей о преимуществах качества и отличительных свойствах рекламируемых товаров или услуг; - Разработка предложений по проведению рекламных кампаний; - Разработка планов рекламных мероприятий по одному виду или группе товаров (услуг) и определяет затраты на их

Требования ФГОС	Требования ПС
Профессиональные задачи	Обобщенные трудовые функции (ОТФ), трудовые функции (ТФ)
	<p>проведение;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Участие в формировании рекламной стратегии, основанной на перспективных направлениях дальнейшего развития предприятия, инновационной деятельности; осуществляет выбор форм и методов рекламы их текстового, цветового и музыкального оформления; - Определение конкретных носителей рекламы (сайт, буклеты, рекламные ролики, презентации и др.); - Осуществление содействие в формировании фирменного стиля, имиджа и пропаганды научно-технических достижений предприятия; - Участвует в разработке рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов, контролирует их качество, обеспечивая наглядность и доступность рекламы, соблюдение норм общественной морали, не допуская нарушений правил конкурентной борьбы; - Осуществление контроля за выполнением договорных обязательств с партнерами по рекламированию продукции или услуг; - Организация связи с деловыми партнерами, систему сбора необходимой информации и расширение внешних связей в целях совершенствования рекламной деятельности; - Поддержка необходимых связей с другими структурными подразделениями предприятия, в процессе разработки и проведения рекламных мероприятий
<ul style="list-style-type: none"> - Участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований; - Написание аналитических справок, обзоров и прогнозов. 	<p>Анализ информации:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Определение целей исследования; - Определение задач, необходимых для достижения целей; - Выбор методологии и инструментов; - Планирование работ; - Поиск информации в открытых источниках; - Поиск информации в средствах массовой информации; - Обработка и структурирование результатов исследования; - Оформление результатов работ; - Формулирование выводов и рекомендаций; - Оценка соответствия результатов анализа целям и задачам исследования; - Поддержание коммуникации со структурными подразделениями.

Примерные должности: специалист по рекламе, специалист по связям с общественностью, копирайтер, пресс-секретарь, специалист по коммуникациям, руководитель проекта, менеджер коммуникационной структуры, бренд-менеджер, эксперт, консультант, референт в государственных и общественных учреждениях и организациях, коммерческих структурах по вопросам массовой информации и деловых коммуникаций, общественных связей, гуманитарных технологий, научных, культурных и туристических обменов и др.

Типы организаций: отдел рекламы, отдел по связям с общественностью, отдел маркетинга, служба коммуникаций, управление маркетингом, пресс-центр государственных, муниципальных и коммерческих структур, информационное агентство, рекламное агентство, коммуникационное агентство и др.

1.9. Сведения о профессорско-преподавательском составе

Доля штатных научно-педагогических работников (в приведенном к целочисленным значениям ставок) составляет не менее 50 % от общего количества научно-педагогических работников

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу, составляет не менее 70%.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) или ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признанное в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу составляет не менее 50%.

Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, в общем числе работников, реализующих программу, составляет не менее 10%.

1.10. Сведения о материально-техническом и учебно-методическом обеспечении, необходимом для реализации программы

1.10.1 Реализация основной профессиональной образовательной программы обеспечивается материально-технической базой: специальные помещения представлять собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации программы бакалавриата, включает в себя лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности.

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

В случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

1.10.2 Электронно-библиотечные системы (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают одновременный доступ не менее 25 % обучающихся по программе 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере.

В образовательном процессе используются электронно-библиотечные системы ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru; ЭБС издательства «Лань» www.e.lanbook.com

Доступ осуществляется из любой точки сети Интернет после первичной регистрации в библиотеке ОмГУ. Возможна удаленная регистрация в ЭБС по персональному коду, который можно получить в библиотеке университета.

В случае неиспользования электронно-библиотечной системы (электронной библиотеки) обучающимся обеспечен доступ к комплектам библиотечного фонда из расчета не менее 50 экземпляров каждого из изданий основной литературы, перечисленных в рабочих программах дисциплин и практик, и не менее 25, экземпляров дополнительной литературы на 100 обучающихся.

2. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В соответствии нормативными документами Министерства образования и науки РФ и ФГОС ВО содержание и организация образовательного процесса при реализации ОПОП регламентируется:

- учебным планом с учетом направленности (профиля);
- календарным учебным графиком;
- рабочими программами дисциплин (модулей);
- программами практик;
- программой ГИА;
- оценочными средствами для проведения промежуточной аттестации, которые включены в рабочие программы дисциплин (модулей), в программы практик, в программы государственной итоговой аттестации;
- методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий (представлены в рабочих программах дисциплин, практик, в программе ГИА).

2.1 Матрица (карта) компетенций (приложение 1)

В матрица (карте) компетенций (приложение 1) представлены компетенции, которые должны быть сформированы у выпускника в результате освоения программы бакалавриата: все общекультурные компетенции ОК-1– ОК-9; все общепрофессиональные компетенции ОПК-1 – ОПК-6; все профессиональные компетенции, соответствующие видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа ПК-1 – ПК-3, ПК-9 – ПК-11. Для усиления и углубления профессиональной подготовки был сформирован дополнительный набор профессионально-специализированных компетенций ПКД-1 – ПКД-3.

2.2. Учебный план направления подготовки с учетом направленности (профиля) программы, включая календарный учебный график

Учебный план направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере и календарный учебный график (приложение 2) являются составной частью образовательной программы.

Учебный план включает:

- все учебные дисциплины;
- виды и типы практик;
- все виды аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации выпускников.

2.3 Рабочие программы дисциплин (приложение 3)

Рабочие программы дисциплин (приложение 3) являются составной частью образовательной программы и включают в себя оценочные средства для промежуточной аттестации.

Методические материалы (в т.ч. по выполнению курсовых работ), обеспечивающие реализацию соответствующих образовательных технологий также являются составной частью рабочей программы дисциплины (модуля).

2.4 Программы практик

Образовательной программой предусмотрены следующие виды практик: учебная и производственная, в том числе преддипломная практики.

Типы учебной практики:

- практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе умений и навыков научно-исследовательской деятельности

Способ проведения:

стационарная

выездная.

Типы производственной практики:

- практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Способы проведения производственной практики:

стационарная;

выездная.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

Программы практик (приложение 4) являются составной частью образовательной программы и включают в себя перечень планируемых результатов обучения при прохождении практик, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, а также фонды оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

2.5 Программа государственной итоговой аттестации (приложение 5)

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

Государственная итоговая аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы (включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты).

Программа государственной итоговой аттестации является составной частью образовательной программы (приложение 5) и содержит:

- требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения (примерные темы выпускных квалификационных работ), рекомендации обучающимся по подготовке выпускной квалификационной работы, требования к оформлению, требования к докладу, порядку его подготовки, перечень рекомендуемой литературы, процедура проведения и т.п.);
- фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации.

3. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Документы, указанные в разделах 1 и 2, хранятся в соответствии с номенклатурой дел университета.