

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 1.1 Общие сведения об основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программа бакалавриата
- 1.2 Цели и задачи основной профессиональной образовательной программы высшего образования
- 1.3 Профиль образовательной программы

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

- 2.1 Характеристика образовательной программы
- 2.2 Общее описание профессиональной деятельности выпускников

3. СТРУКТУРА ОПОП ВО

4. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА КАК СОВОКУПНЫЙ ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ ОПОП ВО

5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

- 5.1 Общесистемные требования при реализации ОПОП ВО
- 5.2 Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению при реализации ОПОП ВО
- 5.3 Требования к кадровым и финансовым условиям реализации ОПОП ВО
- 5.4 Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся ОПОП ВО

6. ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Общие сведения об основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программа бакалавриата

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования – программ бакалавриата, реализуемая Университетом по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», разрабатывается и реализуется в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и с учетом соответствующей примерной основной профессиональной образовательной программы.

Нормативно-правовую базу для разработки ОПОП составляют:

- федеральный закон РФ от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- приказ Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. №512;
- устав СПбГУП.

1.2 Цели и задачи основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Целью разработки программы бакалавриата является методического обеспечение реализации ФГОС ВО по данному направлению подготовки, организация и контроль учебного процесса, обеспечивающая воспитание и качество подготовки обучающихся, получающих квалификацию «бакалавр» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Социальная роль программы бакалавриата состоит в формировании и развитии у студентов личностных и профессиональных качеств, позволяющих обеспечить требования ФГОС ВО.

Задачами программы бакалавриата являются:

- реализация студентоцентрированного подхода к процессу обучения, формирование индивидуальных траекторий обучений;
- реализация компетентностного подхода к процессу обучения;
- расширение вариативности выбора студентами дисциплин в рамках избранной траектории обучения.

1.3 Профиль образовательной программы

Программа бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» имеет профиль «Рекламные коммуникации и PR в бизнесе».

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

2.1 Характеристика образовательной программы

Программа бакалавриата реализуется на государственном языке Российской Федерации.

Обучение по программе бакалавриата осуществляется в очной и заочной формах.

Срок получения образования по программе бакалавриата (вне зависимости от применяемых образовательных технологий):

в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 4 года;

в заочной форме обучения 5 лет;

при обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ может быть увеличен по их заявлению не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

К освоению программы бакалавриата допускаются лица, имеющие среднее общее образование.

2.2. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Области профессиональной деятельности и сфера профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу, могут осуществлять профессиональную деятельность:

– 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы) (06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции СМИ»);

– сфера рекламы и связей с общественностью (коммуникационные агентства, рекламные агентства, PR-агентства, медиа-исследовательские агентства, медиа агентства, брендинговые агентства, департаменты и подразделения государственных, коммерческих и некоммерческих предприятий по массовым, маркетинговым, рекламным, PR-коммуникациям, агентства по разработке и реализации событий);

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.

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- авторский;
- проектный;
- маркетинговый;
- организационный;
- социально-просветительский;
- технологический.

Основные объекты (или области знаний) профессиональной деятельности выпускников включают:

Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)/ сфера профессиональной деятельности	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы) (06.009 «Специалист по	проектный	Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	технологический	Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и

продвижению и распространению продукции СМИ»)		информационных и коммуникационных технологий	другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	социально - просветительский	Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	авторский	Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	маркетинговый	Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
Сфера рекламы и связей с общественностью	проектный	Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным

(коммуникационные агентства, рекламные агентства, PR-агентства, медиа-исследовательские агентства, медиа агентства, брендинговые агентства, департаменты и подразделения государственных, коммерческих и некоммерческих предприятий по массовым, маркетинговым, рекламным, PR-коммуникациям, агентства по разработке и реализации событий)		сфере рекламы и связей с общественностью	каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	технологический	Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	социально - просветительский	Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	авторский	Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.

	маркетинговый	Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
--	---------------	--	---

3 СТРУКТУРА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (далее - з.е.) вне зависимости от формы обучения. Объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 з.е. вне зависимости от формы обучения, а при ускоренном обучении не более 80 з.е.

В комплекс основных характеристик образовательной программы представлен в виде учебного плана; календарного учебного графика; рабочих программ дисциплин (модулей) включая оценочные и методические материалы; программ практик; программу государственной итоговой аттестации, которая включает в себя программу государственного экзамена и методические рекомендации по подготовке и защите выпускной квалификационной работы.

Обучающимся, обеспечена возможность освоения дисциплин по философии, истории (истории России, всеобщей истории), иностранному языку, безопасности жизнедеятельности, физической культуре и спорту, а также факультативных (необязательных для изучения при освоении образовательной программы) и элективных (избираемых в обязательном порядке) дисциплин.

В систему практической подготовки бакалавра входят учебная и производственная практики. Типом учебной практики является Профессионально-ознакомительная практика. К типам производственной практики относятся Профессионально-творческая практика и Преддипломная практики.

Образовательная деятельность по образовательной программе проводится в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками Университета и лицами, привлекаемыми к реализации направления подготовки и в форме самостоятельной работы. Контактная работа при проведении учебных занятий включает в себя занятия лекционного, семинарского типов, индивидуальную работу обучающихся и иную контактную работу (при необходимости).

Структура и объем программы бакалавриата

Структура программы бакалавриата		Объем программы бакалавриата в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	182
Блок 2	Практика	49
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9
Объем программы бакалавриата		240

4. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА КАК СОВОКУПНЫЙ ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ ОПОП ВО

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции*
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, имеющихся ресурсов и 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 языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции*
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-коммуникационные технологии
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции*	Основание (ПС, анализ опыта)
1	2	3	4
Тип задач профессиональной деятельности: технологический			
Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПК-1. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации;
Тип задач профессиональной деятельности: социально-просветительский			
Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПК-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации;
Тип задач профессиональной деятельности: редакторский			
Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный	ПК-3. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации;

нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации	продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	
Тип задач профессиональной деятельности: проектный			
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПК-4. Владение навыками подготовки проектной документации (техикоэкономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт). ПК-5 Способность реализовывать проекты и владением методами их реализации	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации;

** Код и наименование индикаторов достижения компетенций отражены в Приложении.*

Совокупность компетенций, обеспечивает способность осуществлять профессиональную деятельность в области «06 Связь, информационные и коммуникационные технологии» (06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам) и Сфера рекламы и связей с общественностью (коммуникационные агентства, рекламные агентства, PR-агентства, медиа-исследовательские агентства, медиа агентства, брендинговые агентства, департаменты и подразделения государственных, коммерческих и некоммерческих предприятий по массовым, маркетинговым, рекламным, PR-коммуникациям, агентства по разработке и реализации событий) и решать задачи в рекламной и PR-деятельности.

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам и практикам обеспечивает формирование у выпускника всех установленных компетенций.

5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП ВО

Ресурсное обеспечение ОПОП в Университете формируется на основе требований к условиям реализации программы бакалавриата, определяемых ФГОС ВО.

Требования к условиям реализации программы бакалавриата включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации программы бакалавриата, а также требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся.

5.1. Общесистемные требования при реализации ОПОП ВО

Университет располагает на ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы бакалавриата по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), как на территории Университета, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда Университета и обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации

5.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению при реализации ОПОП ВО

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, 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 обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета.

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).

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированные к ограничениям их здоровья.

5.3. Требования к кадровым и финансовым условиям реализации ОПОП ВО

Реализация программы бакалавриата обеспечивается педагогическими работниками Университета, а также лицами, привлекаемыми Университетом к реализации программы бакалавриата на иных условиях.

Квалификация педагогических работников Университета отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Не менее 70 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц привлекаемых Университетом к реализации программы бакалавриата 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).

Не менее 5 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих

в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы бакалавриата 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).

Не менее 60 процентов численности педагогических работников Организации и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Организации 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).

Финансовое обеспечение реализации программы бакалавриата осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования - программ бакалавриата и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством образования и науки Российской Федерации.

5.4 Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся ОПОП ВО

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата определяется в рамках системы внутренней оценки.

В целях совершенствования программы бакалавриата Университет 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 Университета.

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.

6. ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ

В вузе созданы условия для развития общекультурных и социально-личностных компетенций выпускника в рамках внеучебной деятельности, которая реализуется на четырех уровнях.

Первый уровень – общеуниверситетские мероприятия. На данном уровне проводится работа общеуниверситетских досуговых объединений клубного типа. Особое место принадлежит организации встреч студенческой молодежи с выдающимися деятелями науки, культуры, искусства, общественной жизни.

Второй уровень – факультетский. На этом уровне проводятся мероприятия, которые в большей степени ориентированы на вхождение в профессиональную среду и профессиональное сообщество.

Третий уровень – уровень студенческой группы. На этом уровне реализуются воспитательные функции куратора (в форме собраний группы, посещения театров и концертных залов, экскурсий по городу, в музеи и пр.).

Четвертый уровень – индивидуальная личностно-ориентированная воспитательная работа.

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования

Направление подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Профиль подготовки
«Рекламные коммуникации и PR в бизнесе»
Квалификация Бакалавр

Компетенции выпускников и индикаторы их достижения (для бакалавров)

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Дисциплина
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Знать: основные теоретико-методологические положения философии, концептуальные подходы к пониманию природы информации как научной и философской категории, основные виды источников информации; УК-1.2 Уметь: осуществлять поиск, анализ и синтез информации для решения конкретных задач, использовать философский категориальный аппарат, основные философские принципы, анализировать философские проблемы, аргументировать и отстаивать свою позицию по различным философским проблемам, самостоятельно анализировать общенаучные тенденции и направления развития науки, сопоставлять различные точки зрения; УК-1.3 Владеть: навыками применения методов поиска, сбора и анализа информации, навыками внутренней и внешней критики различных видов источников информации, методологией и методикой изучения значимых фактов, явлений и процессов	Философия История (история России, всеобщая история) Культурология История культуры Санкт-Петербурга Психология Социология
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Знать: основные понятия общей теории государства и права, конституционного, административного, гражданского, трудового права, принципы и методы правового регулирования общественных отношений, основы конституционного строя РФ, права и свободы человека и гражданина, нормативно-правовую базу государственной политики; УК-2.2 Уметь: ориентироваться в составе законодательства РФ, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных (справочных правовых) систем - анализировать и обобщать информацию о приоритетных направлениях развития этнокультурной сферы; УК-2.3 Владеть: основными понятиями общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового права	Математика Основы права Основы медиапланирования Внутрикорпоративный PR Основы брендинга Лоббизм Спонсоринг Основы менеджмента Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) Основы маркетинга Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Практикум по дипломному проектированию

		Основы графического дизайна Этические основы рекламы и СО Правовое обеспечение рекламы и связей с общественностью Социология и психология рекламы и СО в коммерческой сфере Видеореклама Семиотика рекламы Брендинг территорий Проектирование маркетинговых коммуникаций История рекламы и СО Коммерческая реклама на радио и ТВ Коммуникативный менеджмент Репутационный менеджмент Корпоративный менеджмент
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Знать: особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде, особенности поведения выделенных групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, учитывать их в своей деятельности, основные теории мотивации, лидерства; стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях; УК-3.2 Уметь: организовать собственное социальное взаимодействие в команде; определять свою роль в команде; принимать рациональные решения и обосновывать их; планировать последовательность шагов для достижения заданного результата; УК-3.3 Владеть: навыками организации работы в команде для достижения общих целей; навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и полемики	Математика Профсоюзное движение Экономика Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Основы самопрезентации
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 Знать: основы деловой коммуникации, особенности ее осуществления в устной и письменной формах на русском и иностранном (ых) языке (ах), основные типы норм современного русского литературного языка, особенности современных коммуникативно-прагматических правил и этики речевого общения, правила делового этикета и приемы совершенствования голосоречевой техники, основные	Иностранный язык Русский язык и культура речи Компьютерные технологии и информатика История литературы Digital-технологии в рекламе и PR Основы теории коммуникации

	механизмы и методы формирования имиджа делового человека; УК-4.2 Уметь: осуществлять деловые коммуникации, в устной и письменной формах на русском и иностранном (ых) языке (ах), оценивать степень эффективности общения, определяя причины коммуникативных удач и неудач, выявлять и устранять собственные речевые ошибки, строить выступление в соответствии с замыслом речи, свободно держаться перед аудиторией, осуществлять обратную связь с нею, анализировать цели и задачи процесса общения в различных ситуациях профессиональной жизни; УК-4.3 Владеть: навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном (ых) языке (ах), способами установления контактов и поддержания взаимодействия в условиях поликультурной среды, иностранным (ми) языком (ами) для реализации профессиональной деятельности и в ситуациях повседневного общения	Тренинг коммуникаций Переговорный процесс и управление конфликтами Ораторское искусство Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Знать: основы и принципы межкультурного взаимодействия в зависимости от социально-исторического, этического и философского контекста развития общества, многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии, основные понятия истории, культурологии, закономерности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира, основные подходы к изучению культурных явлений, роль науки в развитии цивилизации, взаимодействие науки и техники и связанные с ними современные социальные и этические проблемы; УК-5.2 Уметь: определять и применять способы межкультурного взаимодействия в различных социокультурных ситуациях, применять научную терминологию и основные научные категории гуманитарного знания; УК-5.3 Владеть: навыками применения способов межкультурного взаимодействия в различных социокультурных ситуациях, навыками самостоятельного анализа и оценки исторических явлений и вклада исторических деятелей в развитие цивилизации	Философия История (история России, всеобщая история) Культурология История культуры Санкт-Петербурга Межкультурные коммуникации в рекламе и связях с общественностью
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов	УК-6.1 Знать: сущность личности и индивидуальности, структуру личности и движущие силы ее развития, основы и правила здорового образа жизни; УК-6.2 Уметь: выстраивать индивидуальную образовательную	Физическая культура и спорт Конфликтология Практикум по дипломному проектированию

образования в течение всей жизни	траекторию развития, анализировать эффективность, планировать свою профессионально-образовательную деятельность, критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата, применять разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни; УК-6.3 Владеть: навыками эффективного целеполагания, приемами организации собственной познавательной деятельности, приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях	Экология Элективные курсы по физической культуре и спорту
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1 Знать: основы и правила здорового образа жизни, значение физической культуры и спорта в формировании общей культуры личности, приобщении к общечеловеческим ценностям и здоровому образу жизни, укреплении здоровья человека, профилактике вредных привычек средствами физической культуры в процессе физкультурно-спортивных занятий; УК-7.2 Уметь: вести здоровый образ жизни, поддерживать уровень физической подготовки, самостоятельно заниматься физическими упражнениями и в спортивных секциях с общей развивающей, профессионально-прикладной и оздоровительно-корректирующей направленностью, составлять индивидуальные комплексы физических упражнений с различной направленностью; УК-7.3 Владеть: навыками организации здорового образа жизни и спортивных занятий, способами определения дозировки физической нагрузки и направленности физических упражнений и спорта	Физическая культура и спорт Элективные курсы по физической культуре и спорту
УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	УК-8.1 Знать: основы и правила обеспечения безопасности жизнедеятельности, цели и задачи науки безопасности жизнедеятельности, основные понятия, классификацию опасных и вредных факторов среды обитания человека, правовые и организационные основы безопасности жизнедеятельности, обеспечение экологической безопасности; УК-8.2 Уметь: создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, адекватно реагировать на возникновение чрезвычайных ситуаций, определять степень опасности угрожающих факторов для культурного наследия, предотвращать	Безопасность жизнедеятельности

	негативные последствия природной и социальной среды для памятников культуры; УК-8.3 Владеть: навыками обеспечения безопасности жизнедеятельности, адекватного поведения в чрезвычайных ситуациях, навыками использования индивидуальных средств защиты	
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. - Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. – Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Основы медиапланирования Основы брендинга Основы менеджмента
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. – Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. – Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	Внутрикорпоративный PR Лоббизм Спонсоринг Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью Практикум по дипломному проектированию Экология
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. – Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. – Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	История литературы Межкультурные коммуникации в рекламе и связях с общественностью Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. – Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. – Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных	Психология Экономика Основы теории коммуникации

	коммуникационных продуктов	
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. – Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. – Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Основы маркетинга Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. – Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. – Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Компьютерные технологии и информатика Digital-технологии в рекламе и PR
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. – Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. – Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Социология Основы самопрезентации Конфликтология
ПК-1. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде. ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и	Видеореклама Проектирование маркетинговых коммуникаций

	(или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	
ПК-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Семиотика рекламы Брендинг территорий Проектирование маркетинговых коммуникаций
ПК-3. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-3.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-3.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью История рекламы и СО
ПК-4. Профессиональная компетенция	ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Проектирование маркетинговых коммуникаций Видеореклама Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)