

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева»
(НГТУ)

ОДОБРЕНО

Решением Учебно-методического совета
НГТУ от « 10 » 06 2021 г.
(протокол № 6)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор - проректор по
образовательной деятельности
Е.Г. Ивашкин
« 10 » 06 2021 г.

Раздел 1.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

по направлению подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Продвижение средств массовой информации

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Год приема 2020, 2021 г.

Нижегород
2021

Образовательная программа высшего образования (далее – ОП ВО) составлена с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом Минобрнауки России от «08» июня 2017 г. № 512, рассмотрена на заседании кафедры «Связи с общественностью, маркетинг и коммуникации» «02» июня 2021 г., протокол № 3/1, и рекомендована к утверждению Ученым советом ИНЭУ «09» июня 2021 г., протокол № 4.1.

Руководитель образовательной программы _____ Е.А. Зайцева

Председатель Ученого совета ИНЭУ,
Директор ИНЭУ _____ С.Н. Митяков

Образовательная программа высшего образования зарегистрирована в отделе проектирования образовательных программ под номером Б-13

Начальник отдела проектирования ОП _____ Е.В. Смирнова

Представители работодателей, рецензенты:

Генеральный директор информационного агентства «Нижний сейчас» _____ С.В. Раков

Коммерческий директор «АиФ в Нижнем Новгороде» _____ Е.А. Старцева

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	4
1.1.	Назначение ОП ВО	4
1.2.	Нормативные документы для разработки ОП ВО	4
1.3.	Перечень сокращений	4
2.	ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА	5
2.1.	Общее описание профессиональной деятельности выпускника	5
2.2.	Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО	5
2.3.	Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускника	6
3.	ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОП ВО	7
3.1.	Направленность ОП ВО в рамках направления подготовки	7
3.2.	Квалификация, присваиваемая выпускнику ОП ВО	7
3.3.	Объем программы	7
3.4.	Формы обучения	7
3.5.	Срок получения образования	7
3.6.	Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения ОП ВО	7
4.	ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОП ВО	7
4.1.	Универсальные компетенции выпускника и индикаторы их достижения	7
4.2.	Общепрофессиональные компетенции выпускника и индикаторы их достижения	11
4.3.	Профессиональные компетенции, определяемые образовательной организацией самостоятельно, и их взаимосвязь с выбранными профессиональными стандартами	13
5.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОП ВО	26
5.1.	Содержание и объем обязательной части	26
5.2.	Структура ОП ВО	26
6.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОП ВО	26
6.1.	Общесистемные условия реализации ОП ВО	27
6.2.	Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение ОП ВО	27
6.3.	Кадровые условия реализации ОП ВО	28
6.4.	Финансовые условия реализации ОП ВО	28
6.5.	Оценка качества образовательной деятельности при реализации ОП ВО	29
6.6.	Реализации ОП ВО для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	30
7.	ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С РАБОТОДАТЕЛЯМИ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ТИПОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	31

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение ОП ВО

ОП ВО «Продвижение средств массовой информации», реализуемая федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева» (НГТУ) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную НГТУ с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего образования и профессионального стандарта.

ОП ВО представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), иных компонентов, оценочных и методических материалов, а также в виде рабочей программы воспитания, календарного плана воспитательной работы, форм аттестации.

1.2. Нормативные документы для разработки ОП ВО

Нормативная база разработки ОП ВО включает:

- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 года № 273 (с текущими изменениями);

- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержден приказом Минобрнауки России от 05 апреля 2017 г. № 301;

- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636 (с текущими изменениями);

- Положение о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Минобрнауки России от 5 августа 2020 г. №885/390;

- Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов, утвержденные приказом Минобрнауки России от 22 января 2015 N ДЛ-1/05вн;

- Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 г. № 512;

Профессиональный стандарт 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «04» августа 2014 N 535н;

- Устав НГТУ;

- Локальные нормативные акты НГТУ.

1.3. Перечень сокращений

- ОПОП – основная профессиональная образовательная программа;

- Образовательная организация – организация, осуществляющая образовательную деятельность по образовательным программам высшего образования;

- ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;

- ПС – профессиональный стандарт;

- ПООП – примерная основная образовательная программа;

- з.е. – зачетная единица;

- ОТФ - обобщенная трудовая функция;
- ТФ – трудовая функция;
- УК – универсальная компетенция;
- ОПК – общепрофессиональная компетенция;
- ПК(ПКС) - профессиональная компетенция, устанавливаемая образовательной организацией самостоятельно;
- ГИА – государственная итоговая аттестация.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА

2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускника

Цели ОП ВО:

1. Развитие у студентов личностных и профессиональных качеств социально ответственного профессионала, формирование у них универсальных (надпрофессиональных) компетенций, которые позволят выполнить различные виды деятельности в области рекламы и связей с общественностью; при этом все формы и виды обучения нацелены на подготовку специалиста, готового нести моральную и правовую ответственность за свою профессиональную деятельность, обрабатывать, формировать различного рода информационные потоки безопасные для общества и служащие оптимизации социальной жизни, производства и рынка.

2. Формирование общепрофессиональных компетенций, которые, основываясь на системных представлениях об организации и функционировании рекламных служб и служб по связям с общественностью в системе социума, позволят эффективно проводить рекламные и PR-кампаний, оценивать их эффективность; проектировать программы и отдельные мероприятия в области рекламы и связей с общественностью, анализировать методы и средства реализации этих программ с целью увеличения их результативности; создавать коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать ее внутреннюю и внешнюю связь с различными государственными и частными структурами.

3. Формирование профессиональных компетенций, которые позволят выпускнику готовить к выпуску, производству и распространению рекламной продукции различного формата в традиционных и мультимедийных СМИ; организовывать и проводить маркетинговые исследования с целью прогноза развития рынка СМИ, с целью прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа СМИ; создавать разного рода профессиональную документацию, используя правила ее создания, редактирования и оформления.

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускник, освоивший программу, может осуществлять профессиональную деятельность:

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

Типы задач профессиональной деятельности выпускника:

- маркетинговая;
- организационная.

Перечень основных объектов (или областей знания) профессиональной деятельности выпускника:

- 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.

2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО

Под профессиональным стандартом принято понимать характеристику квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного типа профессиональной деятельности, в том числе выполнения определенной трудовой функции.

Данная ОП ВО разработана с учетом профессионального стандарта:

- Профессиональный стандарт 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «04» августа 2014 N 535н.

В рамках ОТФ «Организация продвижения продукции СМИ» ПС 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» подготовка ведется на должности специалист по маркетингу, менеджер по маркетингу, менеджер по рекламе.

2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускника

Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускника приведен в таблице 1.

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника данной ОП ВО представлен в таблице 2.

Таблица 1. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускника.

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
Связь, информационные и коммуникационные технологии	маркетинговая	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 ответственности
	организационная	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 ответственности

Таблица 2. Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к данной профессиональной деятельности выпускника.

Код и наименование ПС	Обобщенная трудовая функция			Трудовая функция		
	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	Уровень квалификации
06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/0 1.6	6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/0 3.6	6

3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОП ВО

3.1. Направленность ОП ВО в рамках направления подготовки

Направленность ОП ВО определяется профилем «Продвижение средств массовой информации» и соответствует направлению подготовки.

3.2. Квалификация, присваиваемая выпускнику ОП ВО бакалавр

3.3. Объем программы

Нормативно-установленный объем ОП ВО составляет 240 з.е., факультативов – 2 з.е. Одна з.е. соответствует 36 академическим часам или 27 астрономическим часам.

Объем ОП ВО, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 з.е.

3.4. Формы обучения

Очная, заочная

3.5. Срок получения образования

Нормативный срок получения образования по очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 4 года, по заочной форме – 5 лет.

Образовательная деятельность по ОП ВО реализуется на государственном языке Российской Федерации – русском языке.

3.6. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения ОП ВО

Для поступления в бакалавриат необходимо иметь среднее общее или среднее профессиональное или высшее образование.

Зачисление обучающихся на данную ОП ВО производится в соответствии с ежегодными Правилами приема в НГТУ.

Для поступления обучающийся должен обладать следующим набором компетенций:

- по русскому языку;
- по обществознанию;
- по истории / или иностранному языку / или по информатике.

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОП ВО

4.1. Универсальные компетенции выпускника и индикаторы их достижения

Универсальные компетенции устанавливаются в соответствии с ФГОС ВО по соответствующим категориям (таблице 3).

Таблица 3. Универсальные компетенции выпускника и индикаторы их достижения.

Категория УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяет ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи; ИУК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; ИУК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; ИУК-1.4. Работает с научными текстами, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения; ИУК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.
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	ИУК-2.1. Определяет круг задач в рамках целеполагания, определяет связи между ними; ИУК-2.2. Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта; ИУК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм; ИУК-2.4. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач; ИУК-2.5. Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования.
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников; ИУК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодей-

Категория УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
		ствие, оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели; ИУК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели; ИУК-3.5. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.1. Выбирает стиль общения на государственном языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; ИУК-4.2. Ведет деловую переписку на государственном языке РФ и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий; ИУК-4.3. Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный; ИУК-4.4. Публично выступает на русском языке, строит своё выступление с учётом аудитории и цели общения; ИУК-4.5. Устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может поддержать разговор в ходе их обсуждения.
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1. Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем; ИУК-5.2. Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач; ИУК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия, толерантно воспринимает культурные особенности представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной цели.
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбе-	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию	ИУК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей;

Категория УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
режение)	саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста; ИУК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста; ИУК- 6.4. Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития.
	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	ИУК-7.1. Выбирает здоровые берегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности; ИУК-7.2. Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности; ИУК-7.3. Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в 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 угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	ИУК-8.1. Анализирует факторы вредного влияния элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений); ИУК-8.2. Идентифицирует опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой деятельности; ИУК-8.3. Выявляет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций; ИУК-8.4. Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; оказывает первую помощь, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях.
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК-9.1. Представляет основные документы, регламентирующие экономическую деятельность; понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике; ИУК-9.2. Обосновывает принятие экономических решений, использует методы экономического планирования для достижения поставленных целей; ИУК-9.3. Применяет методы личного

Категория УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
		экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски
Гражданская позиция	УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	ИУК-10.1. Применяет действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; представляет способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней; ИУК-10.2. Планирует, организывает и проводит мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме; ИУК-10.3. Осуществляет взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.

Перечень дисциплин ОП ВО, участвующих в формировании каждой универсальной компетенции, приведен в матрице формирования компетенций дисциплинами и практиками ОП ВО (таблица 8) и располагаются в последовательности изучения. В таблице представлены результаты освоения ОП ВО.

4.2. Общепрофессиональные компетенции выпускника и индикаторы их достижения.

Общепрофессиональные компетенции устанавливаются в соответствии с ФГОС ВО и формируются в обязательной части (таблица 4).

Таблица 4. Общепрофессиональные компетенции выпускника и индикаторы их достижения.

Категория ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
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	ИОПК-1.1. Грамотно и логически выстраивает речь на родном и иностранном языке; ИОПК-1.2. Использует современные информационно-коммуникативные технологии в работе с текстами, информацией, представленной в различных знаковых системах; ИОПК-1.3. Учитывает особенности различных знаковых систем при разработке коммуникационных продуктов; ИОПК-1.4. Обладает навыками создания и редактирования коммуникационного продукта в соответствии с нормами русского и иностранного языков.
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего	ИОПК-2.1. Использует базовые положения и законы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач; ИОПК-2.2. Использует системный под-

Категория ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
	освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ход при анализе общественных явлений, прогнозирует перспективы развития общества в контексте развития экономики, политики, технологий и социальной сферы; ИОПК-2.3. Ориентируется в текущих событиях, находит темы и аспекты, достойные освещения, учитывая общественные и производственные цели определенных медиа-каналов и СМИ, способствует развитию диалога; ИОПК-2.4. Анализирует состояние общественных и государственных институтов и происходящие в них процессы.
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК-3.1. Ориентируется в достижениях мировой и отечественной культуры, выделяет и учитывает основные этнокультурные, исторические и религиозные традиции в процессе создания коммуникационных продуктов; ИОПК-3.2. Анализирует социокультурные особенности аудитории, разрабатывает коммуникационный продукт с учетом этих особенностей; ИОПК-3.3. Использует современные достижения мировой и отечественной практики создания коммуникационных продуктов в профессиональной деятельности; ИОПК-3.4. Анализирует примеры отечественных и мировых коммуникационных продуктов, выявляет тенденции и использует их в своей профессиональной деятельности.
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1. Определяет базовые характеристики «массовой аудитории», понимает социальный смысл участия аудитории в обмене массовой информацией; ИОПК-4.2. Проводит количественные и качественные исследования аудитории в соответствии с целями и задачами профессиональной деятельности; ИОПК-4.3. Взаимодействует со своей аудиторией, умеет объяснять и интерпретировать информацию, оценивает эффективность взаимодействия с аудиторией с учетом ее потребностей и ожиданий; ИОПК-4.4. Осуществляет коммуника-

Категория ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
		ционную деятельность в различных сферах общественной жизни, организует специальные мероприятия для целевых аудиторий и широкой общественности.
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	ИОПК-5.1. Анализирует основные тенденции развития современных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ИОПК-5.2. Выявляет правовые и этические факторы развития медиасистем региона, страны и мира; ИОПК-5.3. Определяет комплекс правовых и этических норм регулирования деятельности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; ИОПК-5.4. Учитывает особенности медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при разработке коммуникационного продукта.
Технологии	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИОПК-6.1. Понимает принципы работы современных информационных технологий и использует современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, в том числе в работе с текстами и информацией для реализации профессиональной деятельности; ИОПК-6.2. Использует современные программные продукты при подготовке и реализации коммуникационного продукта.
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1. Оценивает эффективность проектов и личный вклад в повышение эффективности профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; ИОПК-7.2. Определяет этические и социокультурные нормы и использует их при построении коммуникационного процесса во время работы над коммуникационным продуктом.

Перечень дисциплин ОП ВО, участвующих в формировании каждой общепрофессиональной компетенции, приведен в матрице формирования компетенций дисциплинами и практиками ОП ВО (таблица 9) и располагаются в последовательности изучения. В таблице представлены результаты освоения ОП ВО.

4.3. Профессиональные компетенции, определяемые образовательной организацией самостоятельно, и их взаимосвязь с выбранными профессиональными стандартами

Профессиональные компетенции (таблица 5), определяемые образовательной организацией самостоятельно формулируются в соответствии:

- с квалификационными требованиями выбранных профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности;
- с анализом требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускнику на рынке труда;
- обобщения требований, предъявляемых к выпускнику ведущих работодателей.

Таблица 5. Профессиональные компетенции выпускника, определяемые образовательной организацией самостоятельно и индикаторы их достижения

Код и наименование ПКС	Код и наименование индикатора достижения ПКС
<p>ПКС-1. Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового / социологического исследования</p>	<p>ИПКС-1.1. Использует современные информационно-коммуникационные технологии (в том числе интернет-технологии) и специализированные программные продукты для поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ;</p> <p>ИПКС-1.2. Применяет количественные методы анализа, анализирует и интерпретирует полученные данные;</p> <p>ИПКС-1.3. Применяет качественные методы анализа, анализирует и интерпретирует полученные данные;</p> <p>ИПКС-1.4. Составляет аналитические отчеты, проводит презентацию результатов маркетингового / социологического исследования.</p>
<p>ПКС-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>ИПКС-2.1. Определяет морально-этические принципы профессиональной деятельности;</p> <p>ИПКС-2.2. Использует социальные проекты в качестве инструмента реализации политики социальной и корпоративной ответственности организации;</p> <p>ИПКС-2.3. Разрабатывает и обосновывает варианты управленческих решений на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.</p>
<p>ПКС-3 Способен выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей на рынке продукции СМИ</p>	<p>ИПКС-3.1. Определяет факторы, влияющие на потребительский спрос СМИ;</p> <p>ИПКС-3.2. Проводит сегментацию целевой аудитории СМИ на основе демографических, социально-экономических, географических и поведенческих критериев;</p> <p>ИПКС-3.3. Определяет существенные характеристики целевой аудитории потребителей продукции СМИ.</p>
<p>ПКС-4 Способен вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами), выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями</p>	<p>ИПКС-4.1. Определяет принципами построения деловой коммуникации;</p> <p>ИПКС-4.2. Ведет деловые переговоры, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами);</p> <p>ИПКС-4.3. Выступает на публичных мероприятиях с докладами и презентациями.</p>
<p>ПКС-5 Способен составлять до-</p>	<p>ИПКС-5.1. Определяет структуру и содержание граждан-</p>

Код и наименование ПКС	Код и наименование индикатора достижения ПКС
<p>говора гражданско-правового характера на проведение маркетингового / социологического исследования, на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах; оформлять необходимую документацию по реализации договоров</p>	<p>ско-правовых договоров; ИПКС-5.2. Определяет порядок заключения гражданско-правовых договоров и другой необходимой документации по реализации договоров; ИПКС-5.3. Составляет договоры гражданско-правового характера на проведение маркетингового / социологического исследования, на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах.</p>
<p>ПКС-6 Способен организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	<p>ИПКС-6.1. Определяет специфику планирования, осуществления и оценки проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ; ИПКС-6.2. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия; ИПКС-6.3. Анализирует коммуникационные эффекты благотворительных мероприятий.</p>
<p>ПКС-7 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ИПКС-7.1. Определяет алгоритм проведения коммуникационных кампаний; ИПКС-7.2. Составляет PR-бриф как организационный документ коммуникационной кампании; ИПКС-7.3. Принимает участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации, на основе результатов исследований.</p>
<p>ПКС-8 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ИПКС-8.1. Создает актуальные информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; ИПКС-8.2. Создает первичные тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; ИПКС-8.3. Разрабатывает инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде.</p>
<p>ПКС-9 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ИПКС-9.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ИПКС-9.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ИПКС-9.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными группами целевых аудиторий.</p>

Интегральная матрица взаимосвязей профессиональных задач, профессиональных компетенций, определяемых образовательной организацией самостоятельно, и трудовых функций в зависимости от типов деятельности приведена в таблице 6.

Таблица 6 – Интегральная матрица взаимосвязей профессиональных задач, ПКС и трудовых функций в зависимости от типов деятельности

Профессиональные задачи	Профессиональные компетенции, определяемые образовательной организацией самостоятельно								
	ПКС-1	ПКС-2	ПКС-3	ПКС-4	ПКС-5	ПКС-6	ПКС-7	ПКС-8	ПКС-9
маркетинговый тип деятельности (тип профессиональной деятельности)									
продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонami с помощью различных каналов коммуникации	V/01.6 (06.009)		V/01.6 (06.009)	V/01.6 (06.009)	V/01.6 (06.009)				
организационный тип деятельности (наименование вида профессиональной деятельности)									
организация процесса создания коммуникационного продукта		V/03.6 (06.009)		V/03.6 (06.009)	V/03.6 (06.009)	V/03.6 (06.009)	V/03.6 (06.009)	V/03.6 (06.009)	V/03.6 (06.009)

Взаимосвязь профессиональных компетенций, определяемых образовательной организацией самостоятельно, трудовых функций и квалификационных требований к трудовым функциям представлена в виде матрицы по типам профессиональной деятельности (таблица 7).

Перечень дисциплин ОП ВО, участвующих в формировании каждой профессиональной компетенции, приведен в матрице формирования компетенций дисциплинами и практиками ОП ВО (таблица 9) и располагаются в последовательности изучения. В таблице представлены результаты освоения ОП ВО.

Таблица 7. Профессиональные компетенции, определяемые образовательной организацией самостоятельно и их взаимосвязь с выбранными профессиональными стандартами

Код и наименование ТФ (шифр ПС)	Необходимые знания Необходимые умения Трудовые действия	Код индикатора достижения профессиональных компетенций, определяемых образовательной организацией самостоятельно
В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ (06.009)	Трудовые знания:	
	- гражданское законодательство Российской Федерации;	ИПКС-5.1, ИПКС-5.2, ИПКС-5.3
	- маркетинговые технологии;	ИПКС-1.1, ИПКС-1.2, ИПКС-1.3, ИПКС-1.4 ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3
	- основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации;	ИПКС-1.1, ИПКС-1.2, ИПКС-1.3, ИПКС-1.4
	- корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность;	ИПКС-4.1, ИПКС-4.2, ИПКС-4.3
	- правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.	ИПКС-5.1
	Трудовые умения:	
	- использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты;	ИПКС – 1.1
	- находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;	ИПКС-1.2, ИПКС-1.3
	- вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами);	ИПКС-4.1, ИПКС-4.2, ИПКС-4.3
	- составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров;	ИПКС-5.1, ИПКС-5.2, ИПКС-5.3
	- выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей;	ИПКС-1.1, ИПКС-1.2, ИПКС-1.3, ИПКС-1.4 ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3
	- составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования.	ИПКС-1.4 ИПКС-4.3

Код и наименование ТФ (шифр ПС)	Необходимые знания Необходимые умения Трудовые действия	Код индикатора достижения профессиональных компетенций, определяемых образовательной организацией самостоятельно
	Трудовые действия:	
	- поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ;	ИПКС-1.1, ИПКС-1.2, ИПКС-1.3
	- поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ;	ИПКС-1.1, ИПКС-1.2, ИПКС-1.3, ИПКС-1.4 ИПКС-4.1, ИПКС-4.2
	- 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;	ИПКС-1.4 ИПКС-4.1, ИПКС-4.2 ИПКС-5.1, ИПКС-5.2, ИПКС-5.3
	- контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ;	ИПКС-1.4 ИПКС-5.1, ИПКС-5.2, ИПКС-5.3
	- анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ;	ИПКС-1.1, ИПКС-1.2, ИПКС-1.3 ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3
	- определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ.	ИПКС-1.1, ИПКС-1.2, ИПКС-1.3 ИПКС-3.1, ИПКС-3.2, ИПКС-3.3
В/03.6 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ (06.009)	Трудовые знания:	
	- гражданское законодательство Российской Федерации;	ИПКС-5.1, ИПКС-5.2, ИПКС-5.3
	- основные принципы организации рекламной кампании;	ИПКС-6.1, ИПКС-6.2 ИПКС-7.1, ИПКС-7.2, ИПКС-7.3 ИПКС-8.1, ИПКС-8.2, ИПКС-8.3
	- методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах;	ИПКС-9.1, ИПКС-9.2, ИПКС-9.3
	- основы проектной деятельности;	ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3 ИПКС-6.1, ИПКС-6.2, ИПКС-6.3
	- корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность;	ИПКС-2.1, ИПКС-2.3 ИПКС-4.1, ИПКС-4.2, ИПКС-4.3
	- правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок.	ИПКС-5.1

Код и наименование ТФ (шифр ПС)	Необходимые знания Необходимые умения Трудовые действия	Код индикатора достижения профессиональных компетенций, определяемых образовательной организацией самостоятельно
	Трудовые умения:	
	- использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии;	ИПКС-8.1, ИПКС-8.2, ИПКС-8.3 ИПКС-9.1, ИПКС-9.2, ИПКС-9.3
	- выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями;	ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3 ИПКС-4.3
	- вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами);	ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3 ИПКС-4.1, ИПКС-4.2, ИПКС-4.3
	- составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию.	ИПКС-5.1, ИПКС-5.2, ИПКС-5.3
	Трудовые действия:	
	- подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ;	ИПКС-7.1, ИПКС-7.2, ИПКС-7.3
	- поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах;	ИПКС-8.1, ИПКС-8.2, ИПКС-8.3 ИПКС-9.1, ИПКС-9.2, ИПКС-9.3
	- составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах;	ИПКС-4.1, ИПКС-4.2 ИПКС-5.1, ИПКС-5.2, ИПКС-5.3
	- контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для предвидения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах;	ИПКС-5.1, ИПКС-5.2, ИПКС-5.3 ИПКС-9.1, ИПКС-9.2, ИПКС-9.3
	- организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях;	ИПКС-2.1, ИПКС-2.2, ИПКС-2.3 ИПКС-4.3
	- организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия.	ИПКС-6.1, ИПКС-6.2, ИПКС-6.3 ИПКС-7.1, ИПКС-7.2, ИПКС-7.3 ИПКС-8.1, ИПКС-8.2, ИПКС-8.3

Код и наименование ТФ (шифр ПС)	Необходимые знания Необходимые умения Трудовые действия	Код индикатора достижения профессиональных компетенций, определяемых образовательной организацией самостоятельно ИПКС-9.1, ИПКС-9.2, ИПКС-9.3

Таблица 8. Матрица формирования универсальных компетенций дисциплинами и практиками ОП ВО

Наименования дисциплин и практик	Код универсальной компетенции. Коды индикатора									
	УК-1	УК-2	УК-3	УК-4	УК-5	УК-6	УК-7	УК-8	УК-9	УК-10
Социология			3.1, 3.2, 3.3							10.2, 10.3
Маркетинг		2.3, 2.4								
Политология	1.1-1.5									
Экономика		2.1-2.5							9.2	
Философия	1.1-1.5				5.1-5.3	6.1-6.4				
История и философия науки	1.4				5.1					
Социальная философия конфликта	1.2, 1.3, 1.5		3.2-3.4							
Международные отношения					5.1-5.3					
Социология религии			3.3, 3.4							
Культурология					5.1-5.3					
Психология			3.1-3.5			6.1-6.4				
Правоведение		2.3-2.5								10.1-10.3
Гражданское общество и социальное государство		2.1-2.5								10.1-10.3
Основы финансовой грамотности									9.1, 9.3	
История					5.1-5.3					
Иностранный язык				4.2, 4.3, 4.5						
Русский язык и культура речи				4.1, 4.2, 4.4						
Мировая литература и искусство				4.1, 4.2, 4.4						
Цифровые коммуникации						6.4				
Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях						6.1				
Физическая культура и спорт							7.1-7.3			
Безопасность жизнедеятельности								8.1-8.4		
История рекламы и связей с общественностью					5.1-5.3					

Наименования дисциплин и практик	Код универсальной компетенции. Коды индикатора									
	УК-1	УК-2	УК-3	УК-4	УК-5	УК-6	УК-7	УК-8	УК-9	УК-10
Основы корпоративной культуры										10.2, 10.3
Выставочная работа		2.3, 2.4								
Элективные курсы по физической культуре и спорту							7.1-7.3			
Профессионально-ознакомительная практика	1.1, 1.2									
Профессионально-творческая практика	1.3		3.1, 3.2							
Преддипломная практика	1.5									

Таблица 9. Матрица формирования общепрофессиональных и профессиональных компетенций дисциплинами и практиками ОП ВО

Наименования дисциплин и практик	Код компетенции. Коды индикатора															
	Общепрофессиональные компетенции							Профессиональные компетенции								
	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ОПК-7	ПКС-1	ПКС-2	ПКС-3	ПКС-4	ПКС-5	ПКС-6	ПКС-7	ПКС-8	ПКС-9
Социология		2.1-2.4														
Маркетинг				4.1-4.3												
Политология		2.1-2.4			5.1-5.4											
Экономика					5.1-5.4											
Международные отношения					5.1, 5.3											
Социология религии		2.1, 2.2														
Гражданское общество и социальное государство		2.1-2.4														
Иностранный язык	1.1-1.4															
Русский язык и культура речи	1.1, 1.4															
Мировая литература и искусство			3.1													

Наименования дисциплин и практик	Код компетенции. Коды индикатора															
	Общепрофессиональные компетенции							Профессиональные компетенции								
	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ОПК-7	ПКС-1	ПКС-2	ПКС-3	ПКС-4	ПКС-5	ПКС-6	ПКС-7	ПКС-8	ПКС-9
Цифровые коммуникации						6.1, 6.2										
Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях						6.1, 6.2										
Введение в коммуникационные специальности				4.1	5.1, 5.2											
Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации	1.1- 1.4				5.1, 5.4											
Теория и практика связей с общественностью	1.2, 1.4			4.3, 4.4												
Теория и практика рекламы	1.1, 1.4			4.3, 4.4		6.1										
Теория и практика массовой информации	1.2, 1.3				5.2, 5.4		7.1, 7.2									
Интегрированные коммуникации		2.3		4.3, 4.4			7.1, 7.2									
Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы					5.2, 5.3		7.1, 7.2									
Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы					5.1- 5.3		7.1, 7.2									
Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе	1.1- 1.4		3.2- 3.4													
Менеджмент в рекламе и связях с общественностью		2.1- 2.4		4.1- 4.4	5.1- 5.4											

Наименования дисциплин и практик	Код компетенции. Коды индикатора															
	Общепрофессиональные компетенции							Профессиональные компетенции								
	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ОПК-7	ПКС-1	ПКС-2	ПКС-3	ПКС-4	ПКС-5	ПКС-6	ПКС-7	ПКС-8	ПКС-9
стю																
Социология рекламы и связей с общественностью				4.1-4.4												
Психология рекламы и связей с общественностью				4.1-4.4												
Организация и проведение коммуникационных кампаний		2.1, 2.3		4.1, 4.3	5.2, 5.4											
Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью		2.2-2.4		4.1-4.3	5.1, 5.2, 5.4											
Межкультурные коммуникации			3.1-3.3													
История рекламы и связей с общественностью					5.1-5.3											
Основы корпоративной культуры				4.3, 4.4			7.2									
Выставочная работа				4.1-4.4			6.1, 6.2									
Антикризисные связи с общественностью				4.3, 4.4	5.4		7.1									
Основы бренд-менеджмента			3.1-3.3	4.1-4.3												
Безопасность в сетевом обществе							7.1, 7.2									
Современная пресс-служба	1.1, 1.2				5.4											
Технологии самопрезентаций											4.3					

Наименования дисциплин и практик	Код компетенции. Коды индикатора															
	Общепрофессиональные компетенции							Профессиональные компетенции								
	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ОПК-7	ПКС-1	ПКС-2	ПКС-3	ПКС-4	ПКС-5	ПКС-6	ПКС-7	ПКС-8	ПКС-9
Маркетинговый анализ СМИ										3.1-3.3						
Количественные исследования СМИ								1.1, 1.2, 1.4								
Качественные методы исследования СМИ								1.1, 1.3, 1.4								
Договорные отношения в рекламной деятельности												5.1-5.3				
Специальные и корпоративные мероприятия в продвижении СМИ													6.1, 6.2	7.1, 7.2		9.1, 9.2
Интернет-маркетинг СМИ													6.2	7.3		9.3
Стилистика и литературное редактирование											4.2, 4.3				8.2	
Риторика											4.1, 4.3				8.2	
Управление имиджем СМИ									2.2, 2.3				6.2, 6.3		8.1, 8.3	
Философия имиджевой деятельности и развитие клиентурных отношений									2.2, 2.3				6.2, 6.3		8.1, 8.3	
Управление репутацией СМИ									2.1-2.3				6.2, 6.3			
Репутационный менеджмент СМИ									2.1-2.3				6.2, 6.3			
Медиаэкономика											3.1-3.3					
Экономика СМИ											3.1-					

Наименования дисциплин и практик	Код компетенции. Коды индикатора															
	Общепрофессиональные компетенции							Профессиональные компетенции								
	<i>ОПК-1</i>	<i>ОПК-2</i>	<i>ОПК-3</i>	<i>ОПК-4</i>	<i>ОПК-5</i>	<i>ОПК-6</i>	<i>ОПК-7</i>	<i>ПКС-1</i>	<i>ПКС-2</i>	<i>ПКС-3</i>	<i>ПКС-4</i>	<i>ПКС-5</i>	<i>ПКС-6</i>	<i>ПКС-7</i>	<i>ПКС-8</i>	<i>ПКС-9</i>
										3.3						
Профессионально-ознакомительная практика	<i>1.1, 1.2</i>	<i>2.2, 2.3</i>	<i>3.1</i>	<i>4.1</i>	<i>5.1, 5.2</i>	<i>6.1</i>	<i>7.1</i>									
Профессионально-творческая практика								<i>1.1-1.3</i>	<i>2.1</i>	<i>3.1-3.3</i>			<i>6.1, 6.2</i>			
Преддипломная практика								<i>1.1-1.4</i>	<i>2.2</i>	<i>3.1-3.3</i>	<i>4.1, 4.2</i>	<i>5.3</i>	<i>6.1-6.3</i>	<i>7.1-7.3</i>	<i>8.1-8.3</i>	<i>9.1-9.3</i>
Семиотика рекламного текста													<i>6.1-6.3</i>		<i>8.1, 8.2</i>	

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОП ВО

5.1. Содержание и объем обязательной части ОП ВО

Образовательная программа высшего образования (ОП ВО) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью, 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 компонентов, оценочных и методических материалов, а также в виде рабочей программы воспитания, календарного плана воспитательной работы, форм аттестации.

Структура ОП ВО включает обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений.

В соответствии с ФГОС ВО к обязательной части образовательной программы относятся дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций, а также обязательных профессиональных компетенций, установленных ПООП (при наличии).

В обязательную часть образовательной программы включаются компетенции, формируемые дисциплинами: философия, история, иностранный язык, безопасность жизнедеятельности и физическая культура и спорт.

Дисциплины и практики, обеспечивающие формирование универсальных компетенций, могут включаться в обязательную часть и вариативную часть образовательной программы, формируемую участниками образовательных отношений.

Дисциплины и практики, обеспечивающие формирование профессиональных компетенций, могут включаться как в обязательную, так и в вариативную часть образовательной программы.

Структура и объем ОП ВО представлены в таблице 10, согласно учебным планам 2020, 2021 годов приема.

Таблица 10. Структура и объем ОП ВО

Структура образовательной программы		Объем программы и ее блоков в з.е.
Блок 1	Дисциплины	201
	Обязательная часть	163
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	38
Блок 2	Практики	30
	Обязательная часть	6
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	24
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (при наличии)	-
	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	9
Объем программы		240

В рамках ОП ВО выделяются обязательная часть (178 з.е.) и часть, формируемая участниками образовательных отношений (62 з.е.). Объем обязательной части, без учета государственной итоговой аттестации, составляет 70,42 % от общего объема образовательной программы.

5.2 Структура ОП ВО

Образовательная программа состоит из следующих разделов:

Раздел 1. Общая характеристика образовательной программы высшего образования.

Раздел 2. Компетентностно-квалификационная характеристика выпускника ОП ВО (компетентностная модель выпускника).

Раздел 3. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса.

- 3.1. Учебный план и календарный учебный график.
 - 3.2. Практическая подготовка обучающегося по образовательной программе.
 - 3.3. Рабочие программы дисциплин и оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающегося по дисциплинам.
 - 3.4. Рабочие программы практик и оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающегося по практикам.
 - 3.5. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы.
- Раздел 4. Ресурсное обеспечение (Представлено в специальном разделе «Сведения об образовательной организации» официального сайта НГТУ).
- 4.1. Сведения о материально-техническом обеспечении ОП ВО.
 - 4.2. Сведения о кадровом обеспечении ОП ВО.
- Раздел 5. Система оценки качества подготовки по ОП ВО.
- 5.1. Программа государственной итоговой аттестации и оценочные средства для государственной итоговой аттестации.
 - 5.2. Рецензии на ОП ВО.

6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОП ВО

6.1. Общесистемные условия реализации ОП ВО

НГТУ располагает на праве собственности или ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации ОП ВО по Блоку 1 «Дисциплины» 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 НГТУ из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), как на территории НГТУ, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда (далее - ЭИОС) НГТУ обеспечивает:

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

В случае реализации ОП ВО с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС НГТУ обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения ОП ВО;
- проведение 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 ЭИОС обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование ЭИОС соответствует законодательству Российской Федерации.

6.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение ОП ВО

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных ОП ВО оснащены оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в РПД.

Помещения для самостоятельной работы обучающегося, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронно-образовательной среде НГТУ.

Образовательный процесс по ОП ВО обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в РПД и подлежит обновлению при необходимости).

Библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в РПД, РПП, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину, проходящий соответствующую практику.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в РПД и подлежит обновлению (при необходимости).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ним.

Ссылки на описание ОП ВО, учебный план, календарный учебный график, аннотации, РПД, РПП, методические и иные документы, разработанные НГТУ для обеспечения образовательного процесса размещены в таблице «Информация по образовательным программам» подраздела «Образование» специализированного раздела сайта НГТУ «Сведения об образовательной организации».

6.3. Кадровые условия реализации ОП ВО

Реализация ОП ВО обеспечивается педагогическими работниками НГТУ, а также лицами, привлекаемыми НГТУ к реализации ОП ВО на иных условиях.

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

Численность педагогических работников НГТУ, участвующих в реализации ОП ВО, и лиц, привлекаемых НГТУ к реализации ОП ВО на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведущих научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины, составляет не менее 70 %.

Численность педагогических работников НГТУ, участвующих в реализации ОП ВО, и лиц, привлекаемых НГТУ к реализации ОП ВО на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являющихся руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющих трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовится выпускник (имеет стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет) составляет не менее 5 %.

Численность педагогических работников НГТУ и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности НГТУ на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеющих 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, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) составляет не менее 60 %.

6.4. Финансовые условия реализации ОП ВО

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

6.5. Оценка качества образовательной деятельности при реализации ОП ВО

Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающегося по ОП ВО определяется в рамках системы внутренней оценки, а также внешней оценки, в которой университет принимает участие на добровольной основе.

Оценка качества подготовки обучающегося по программе включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающегося и итоговую (государственную итоговую) аттестацию. Государственная итоговая аттестация в качестве обязательного государственного аттестационного испытания включает защиту выпускной квалификационной работы.

Университет гарантирует качество подготовки выпускника:

- ежегодное проведение мониторинга работодателей с целью закрепления успехов и устранения замечаний индустриальных партнеров;
- опрос выпускников НГТУ с целью получения информации об удовлетворенности качеством полученного образования;
- рецензирование ОП ВО;
- разработка объективных процедур оценки уровня знаний и умений обучающегося, и формирования компетенций обучающегося (результаты контрольных недель и сессий обучающегося в автоматизированной системе управления «Деканат»);
- подбор компетентного преподавательского состава;
- регулярное проведение самообследования с привлечением представителей работодателей;
- создание благоприятной среды для поддержки творческих интересов обучающегося: для реализации проектов, участия в конференциях и т.д;
- информирование общественности о результатах своей деятельности, планах, инновациях.

С целью совершенствования ОП ВО университет привлекает работодателей и их объединения в ходе следующих мероприятий:

- рецензирование образовательной программы и оценочных средств руководителями и/или работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью, реализуемой ОП ВО;
- оценивание профессиональной деятельности обучающегося в ходе прохождения практики.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе обучающемуся предоставлена возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик. Обучающийся может дать свою оценку посредством прохождения анкетирования.

К внешней оценке качества образовательной деятельности по программе относится процедура государственной аккредитации, процедура профессионально-общественной аккредитации, которая проводится на добровольной основе по решению университета. Так же институт участвует в независимой оценке качества условий осуществления образовательной деятельности, проводимой общественным советом при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации.

6.6. Реализации ОП ВО для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный технический университет им Р.Е. Алексеева» ведет образовательную деятельность на территории 6-и учебных корпусов, расположенных на территории Н. Новгорода.

Внутренние помещения учебных корпусов соответствуют базовым требованиям «СП 59.13330.2020. Свод правил. Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения. Актуализированная редакция СНиП 35-01-2001» (утв. Приказом Министерства строительства и ЖКХ РФ от 30.12.2020 № 904/пр, введ. в действие 01.07.2021).

Учебный корпус №6 оснащен следующим оборудованием, обеспечивающим беспрепятственный доступ обучающихся с ОВЗ и имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

1. На входе в учебный корпус установлен пандус.

2. На входной группе имеется вывеска, выполненная рельефно-точечным шрифтом Брайля на контрастном фоне. Так же таблички имеются на входной группе всех учебных корпусов.

2.1. Таблица Брайля с указанием размещения учебных аудиторий, помещений и отделов.

3. Имеется сменное кресло – коляска.

4. Имеются адаптированные лифты.

5. Оборудованы санитарно–гигиенические помещения.

6. В помещении, предназначенном для проведения массовых мероприятий, имеется звукоусиливающая аппаратура.

В холле первого этажа 1-го учебного корпуса размещена информационная панель Erisson (75 дюймов) для визуальной и звуковой информации, с возможностью трансляции субтитров и дублирования звуковой справочной информации о расписании учебных занятий. Панели для визуальной и звуковой информации имеются во всех учебных корпусах.

Для обеспечения доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, в помещения учебных корпусов № 2 используется кнопка вызова персонала. Вход в корпуса №2 и № 4 общий. В рамках программы "Доступная среда" для беспрепятственного доступа в здание учреждения лиц с ограниченными возможностями и других маломобильных групп населения имеется пандус съемный складной с двумя аппарели и пандус складной двухсекционный для порогов. Есть и табличка с номером телефона при входе в учреждение, в случае необходимости для оказания помощи лицам с ограниченными возможностями здоровья.

Для реализации образовательных программ высшего образования в НГТУ при запросе могут быть разработаны адаптированные рабочие программы по дисциплинам: «Адаптивная физкультура и спорт» и «Элективные курсы по физической культуре и спорту» (с размещением на официальном сайте НГТУ с версией для слабовидящих).

Электронная библиотечная система «Консультант студента» содержит специальные опции для студентов с ограниченными возможностями, такие как озвучка книг и увеличение шрифта.

Электронная библиотечная система «Лань» для студентов с ограниченными возможностями содержит специальное мобильное приложение - синтезатор речи, который воспроизводит тексты книг и меню навигации.

Электронная библиотечная система «Юрайт» предлагает версию для слабовидящих.

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, являющихся слабовидящими, расписание учебных занятий размещается на официальном сайте НГТУ, который имеет версию для слабовидящих.

НГТУ является одним из основных партнеров ресурсного учебно-методического центра по обучению инвалидов (РУМЦ), созданного на базе Мининского университета. Взаимодействие НГТУ с РУМЦ основывается на Соглашении о сотрудничестве, которое было заключено 25 октября 2017 года.

Предметом Соглашения является сотрудничество сторон в целях развития инклюзивного образования, обеспечения доступности высшего образования для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Сотрудничество с Мининским университетом подразумевает следующие мероприятия:

- предоставление технических средств обучения и оборудования центра коллективного доступа для обучения студентов НГТУ с нарушениями зрения;
- предоставление специалистов по наладке и использованию специализированного оборудования, а также специалистов по работе со студентами с нарушением слуха;
- оказание учебно-методической поддержки НГТУ при разработке адаптированных образовательных программ для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Реализация ОП ВО для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (индивидуальных особенностей).

7. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С РАБОТОДАТЕЛЯМИ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ТИПОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Одними из наиболее значимых работодателей, с которыми осуществляется взаимодействие при освоении ОП ВО, являются следующие профильные организации:

- АиФ в Нижнем Новгороде;
- ПАО «ВымпелКом»;
- Филиал АО «Концерн Росэнергоатом» (Кольская АЭС);
- ООО «Николь-ПАК Империл»;
- ООО «Феникс»;
- ГБПОУ «Нижегородский индустриальный колледж».

С вышеперечисленными профильными организациями заключены договоры о практической подготовке обучающихся при проведении практик.

С профильной организацией «АиФ в Нижнем Новгороде» заключен договор о практической подготовке обучающихся № 19-ПП при реализации дисциплин «Маркетинговый анализ СМИ», «Договорные отношения в рекламной деятельности». и при проведении практик.

Практическая подготовка при реализации дисциплин (модулей) организуется путем проведения практических занятий, выполнении ВКР, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

С этой целью профильная организация создает условия для реализации компонентов ОП ВО в форме практической подготовки, предоставляет оборудование и технические средства обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся; назначает ответственное лицо из числа работников профильной организации для работы со студентами.

К участию в образовательном процессе привлекаются высококвалифицированные сотрудники организаций-партнеров при:

- организации и проведении всех видов практик студентов;
- участии в формировании тем ВКР;
- обеспечение рецензирования ВКР;
- участие в защите ВКР.

В проведении учебного процесса и итоговой аттестации участвуют высококвалифицированные специалисты – сотрудники предприятия работодателя. В частности, в реализации учебного процесса участвуют:

Балыкова Ирина Александровна – НГТУ им. Р.Е. Алексеева, начальник отдела интеллектуальной собственности и выставочной деятельности,

Прохорова Марина Вячеславовна – ООО «СинтетикГрупп», директор по рекламе, связям с общественностью и маркетингу (февраль 2017 – настоящее время),

Раков Сергей Викторович – Информационное агентство «Нижний Сейчас», директор (август 2018 – настоящее время),

Ротанова Мира Борисовна – ООО «Апостиль», руководитель отдела рекламы и связей с общественностью (февраль 2012 – настоящее время),

Старцева Елена Анатольевна – АО «АиФ-Нижний Новгород», коммерческий директор.