

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Омский государственный педагогический университет»
(ФГБОУ ВО «ОмГПУ»)

Принята решением
Ученого совета университета
Протокол №02-05/7
от «25» марта 2022 г.

Основная профессиональная образовательная программа

Направление подготовки (специальность)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в образовании
Уровень высшего образования – бакалавриат

Омск, 2022

Актуализирована 28.02.2023

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы
- 1.2. Нормативные документы
- 1.3. Перечень сокращений, используемых в тексте ОПОП

Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

- 2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников
- 2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС по направлению подготовки
- 2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников (по типам)

Раздел 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, РЕАЛИЗУЕМОЙ В РАМКАХ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ

- 3.1. Направленность (профиль) образовательной программы в рамках направления подготовки
- 3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы
- 3.3. Объем программы
- 3.4. Формы обучения
- 3.5. Срок получения образования

Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

- 4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части
 - 4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
 - 4.1.2. Обще профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
 - 4.1.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Раздел 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

- 5.1. Объем обязательной части ОПОП
- 5.2. Типы практики
- 5.3. Аннотации дисциплин (модулей) и практик
- 5.4. Рабочие программы дисциплин (модулей) и практик, оценочные средства для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам, методические материалы и программа государственной итоговой аттестации
- 5.5. Программа воспитания
- 5.6. Календарный план воспитательной работы

Раздел 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

- 6.1. Кадровые условия реализации образовательной программы
- 6.2. Учебно-методическое и материально-техническое обеспечение образовательной программы
- 6.3. Применяемые механизмы оценки качества образовательной программы

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы

Основная профессиональная образовательная программа (ОПОП) подготовки бакалавра является комплексным методическим документом, регламентирующим разработку и реализацию основных профессиональных образовательных программ на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

06.009 "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N 33973)/

06.013 "Специалист по информационным ресурсам", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный N 45230)

ОПОП отражает компетентностно-квалификационную характеристику выпускника, содержание и организацию образовательного процесса и государственной итоговой аттестации выпускников.

1.2. Нормативные документы

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
- Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, программам специалитета, утвержденный приказом Минобрнауки России от 05 апреля 2017 года № 301 (далее – Порядок организации образовательной деятельности).
- 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.
- Положение о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Министерства Просвещения Российской Федерации от 5 августа 2020 года № 390.
- Положение о порядке разработки и утверждения образовательных программ высшего образования - программ бакалавриата, специалитета, магистратуры, утверждено решением ученого совета ОмГПУ от 22.09.2015, протокол № 1.
- Положение о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в ФГБОУ ВО «ОмГПУ» утверждено и. о. ректора ФГБОУ ВО «ОмГПУ», на основании решения ученого совета от 30.06.2017, протокол № 9.
- Положение о порядке организации освоения факультативных и элективных дисциплин (модулей) по программам высшего образования, утверждено Врио ректора ФГБОУ ВО

- «ОмГПУ», на основании решения ученого совета от 01.02.2019, протокол № 4.
- Положение об обучении по индивидуальному плану лиц, осваивающих в ОмГПУ основные программы высшего образования: бакалавриат, специалитет, магистратура, утверждено Врио ректора ФГБОУ ВО «ОмГПУ», на основании решения ученого совета от 01.02.2019, протокол № 4.
 - Положение о проведении текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утверждено и. о. ректора ФГБОУ ВО «ОмГПУ», на основании решения ученого совета от 03.07.2018 протокол № 11.
 - Положение об оценочных средствах в ОмГПУ, утверждено Врио ректора ФГБОУ ВО «ОмГПУ», на основании решения ученого совета от 01.02.2019, протокол № 4.
 - Положение о порядке индивидуального учета результатов освоения обучающимися образовательных программ и хранения в архивах информации об этих результатах на бумажных и (или) электронных носителях, утверждено Врио ректора ФГБОУ ВО «ОмГПУ», на основании решения ученого совета от 01.02.2019 протокол № 4.
 - Положение об электронном портфолио обучающихся по программам высшего образования, утверждено Врио ректора ФГБОУ ВО «ОмГПУ», на основании решения ученого совета от 01.02.2019 протокол № 4.
 - Положение о зачете ОмГПУ освоения обучающимися учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), дополнительных образовательных программ в других организациях, осуществляющих образовательную деятельность, утверждено ректором ФГБОУ ВО «ОмГПУ», на основании решения ученого совета от 25.09.2020, протокол №1.
 - Положение о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утверждено и. о. ректора ФГБОУ ВО «ОмГПУ», на основании решения ученого совета от 03.07.2018, протокол № 11 (с изменениями от 28.02.2020, 28.05.2020, 27.11.2020).
 - Положение о выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утверждено Врио ректора ФГБОУ ВО «ОмГПУ», на основании решения ученого совета от 01.02.2019 протокол № 4.
 - Положение о практической подготовке обучающихся в ОмГПУ, утверждено ректором ФГБОУ ВО «ОмГПУ» на основании решения ученого совета от 20.10.2020 г., протокол №2.
 - Положение об установлении минимального объема контактной работы обучающихся с преподавателем, а также максимального объема занятий лекционного и семинарского типов при организации образовательного процесса по образовательной программе, утверждено ректором ФГБОУ ВО «ОмГПУ», на основании решения ученого совета от 22.09.2015, протокол № 1.
 - Положение об условиях и порядке зачисления экстернов на образовательные программы высшего образования, утверждено и. о. ректора ФГБОУ ВО «ОмГПУ», на основании решения ученого совета от 03.07.2018, протокол № 11.
 - Положение о порядке применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, утверждено Врио ректора ФГБОУ ВО «ОмГПУ», на основании решения ученого совета от 28.06.2019 протокол № 9.
 - Положение об электронном курсе на Образовательном портале ОмГПУ, утверждено ректором ФГБОУ ВО «ОмГПУ», на основании решения ученого совета от 29.12.2015 протокол № 5.
 - Положение о порядке реализации дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту, утверждено и. о. ректора ФГБОУ ВО «ОмГПУ», на основании решения ученого совета от 30.06.2017, протокол № 9.
 - Положение об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ОмГПУ,

1.3. Перечень сокращений, используемых в тексте ОПОП

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа;
ФГОС – федеральный государственный образовательный стандарт;
ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;
ООО – основное общее образование;
СОО – среднее общее образование;
ДО – дополнительное образование;
УК – универсальные компетенции;
ОПК – общепрофессиональные компетенции;
ПК – профессиональные компетенции;
ПС – профессиональный стандарт;
ПД – профессиональная деятельность;
ГИА – государственная итоговая аттестация;
ГЭ – государственный экзамен;
ВКР – выпускная квалификационная работа;
ФОС – фонд оценочных средств;
ОС – оценочные средства;
ЗЕ/з.е. – зачетная единица (1 ЗЕ – 36 академических часов).

Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата, 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);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации);

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

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

авторский, маркетинговый, организационный, НЕ УКАЗАНО (ПК-1 #2721)

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

текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.

2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование профессионального стандарта
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии		
1	06.009	"Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N 33973)/
2	06.013	"Специалист по информационным ресурсам", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный N 45230)

2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников (по типам)

Таблица 2.1.

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания) (при необходимости)
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия	авторский	Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и 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 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 и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта.	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
НЕ УКАЗАНО (ПК-1 #2721)	НЕ УКАЗАНО (ПК-1 #2721)	НЕ ЗАПОЛНЕНО (ПК-1)	

Раздел 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, РЕАЛИЗУЕМОЙ В РАМКАХ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

3.1. Направленность (профиль) образовательной программы в рамках направления подготовки (специальности): Реклама и связи с общественностью в образовании

3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы:

бакалавр (согласно ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень высшего образования – бакалавриат).

3.3. Объем программы:

240.00 зачетных единиц (далее – з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану.

3.4. Формы обучения: заочная

3.5. Срок получения образования:

Срок получения образования по образовательной программе (вне зависимости от применяемых образовательных технологий): 4,8 года.

Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части

4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица 4.1.

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
1	2	3
	<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>УК-1.1 Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления и готовность к нему УК-1.2 Применяет логические формы и процедуры, способен к рефлексии по поводу собственной и чужой мыслительной деятельности УК-1.3 Анализирует источник информации с точки зрения временных и пространственных условий его возникновения УК-1.4 Анализирует ранее сложившиеся в науке оценки информации УК-1.5 Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений УК-1.6 Аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение УК-1.7 Определяет практические последствия предложенного решения задачи</p>
	<p>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</p>	<p>УК-2.1 Определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, исходя из действующих правовых норм УК-2.2 Определяет ресурсное обеспечение для достижения поставленной цели УК-2.3 Оценивает вероятные риски и ограничения в решении поставленных задач УК-2.4 Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач</p>

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
1	2	3
	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>УК-3.1 Демонстрирует способность работать в команде, проявляет лидерские качества и умения</p> <p>УК-3.2 Демонстрирует способность эффективного речевого и социального взаимодействия</p> <p>УК-3.3 Демонстрирует навыки работы с институтами и организациями в процессе осуществления социального взаимодействия</p>
	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p>УК-4.1 Использует различные формы, виды устной и письменной коммуникации на русском, родном и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>УК-4.2 Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском, родном и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>УК-4.3 Владеет системой норм русского литературного языка, родного языка и нормами иностранного(ых) языка(ов)</p> <p>УК-4.4 Использует языковые средства для достижения профессиональных целей на русском, родном и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>УК-4.5 Выстраивает стратегию устного и письменного общения на русском, родном и иностранном(ых) языке(ах) в рамках межличностного и межкультурного общения</p>

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
1	2	3
	<p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>УК-5.1 Воспринимает Российскую Федерацию как национальное государство с исторически сложившимся разнообразным этническим и религиозным составом населения и региональной спецификой</p> <p>УК-5.2 Анализирует социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений</p> <p>УК-5.3 Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям своего Отечества</p> <p>УК-5.4 Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции</p> <p>УК-5.5 Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера</p>

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
1	2	3
	<p>УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>УК-6.1 Оценивает личностные ресурсы по достижению целей управления своим временем в процессе реализации траектории саморазвития</p> <p>УК-6.2 Объясняет способы планирования свободного времени и проектирования траектории профессионального и личностного роста</p> <p>УК-6.3 Демонстрирует владение приемами и техниками психической саморегуляции, владения собой и своими ресурсами</p> <p>УК-6.4 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных целей и задач</p>
	<p>УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>УК-7.1 Понимает оздоровительное, образовательное и воспитательное значение физических упражнений на организм и личность занимающегося, основы организации физкультурно-спортивной деятельности.</p> <p>УК-7.2 Определяет личный уровень сформированности показателей физического развития и физической подготовленности</p> <p>УК-7.3 Умеет отбирать и формировать комплексы физических упражнений с учетом их воздействия на функциональные и двигательные возможности, адаптационные ресурсы организма и на укрепление здоровья</p> <p>УК-7.4 Демонстрирует применение комплексов избранных физических упражнений (средств избранного вида спорта, физкультурно-спортивной активности) в жизнедеятельности с учетом задач обучения и воспитания в области физической культуры личности</p>

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
1	2	3
	<p>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</p>	<p>УК-8.1 Оценивает факторы риска, умеет обеспечивать личную безопасность и безопасность окружающих</p> <p>УК-8.2 Использует методы защиты в чрезвычайных ситуациях, формирует культуру безопасного и ответственного поведения</p>
	<p>УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>УК-9.1 Знает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике, методы личного экономического и финансового планирования, основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами</p> <p>УК-9.2 Умеет анализировать информацию для принятия обоснованных экономических решений, применять экономические знания при выполнении практических задач</p> <p>УК-9.3 Владеет способностью использовать основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач</p>

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
1	2	3
	УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	<p>УК-10.1 Знает сущность коррупционного поведения и его взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями; действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности и способы профилактики коррупции</p> <p>УК-10.2 Умеет анализировать, толковать и применять правовые нормы о противодействии коррупционному поведению</p> <p>УК-10.3 Владеет навыками работы с законодательными и другими нормативными правовыми актами</p>

4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица 4.2.

Категория общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
1	2	3
	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) медиaproдуктов, 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
	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

Категория общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
1	2	3
	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
	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 текущих запросов и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Категория общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
1	2	3
	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 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
	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	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

Категория общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
1	2	3
	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, принятыми профессиональным сообществом

4.1.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица 4.3.

Задача ПД	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Тип задач профессиональной деятельности: -----		
	ПК-1 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-1.1 Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-1.2 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности
Тип задач профессиональной деятельности: организационный		

Задача ПД	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Организация процесса создания коммуникационного продукта.	ПКО-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<p>ПКО-1.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>ПКО-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПКО-1.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>
Тип задач профессиональной деятельности: авторский		
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации.	ПКО-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p>ПКО-2.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ПКО-2.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>ПКО-2.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p> <p>ПКО-2.4 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>
Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый		

Задача ПД	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.	ПКО-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПКО-3.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПКО-3.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

Раздел 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

5.1. Объем обязательной части ОПОП

Объем обязательной части ОПОП без учета объема государственной итоговой аттестации должен составлять не менее 40 процентов общего объема программы.

5.2. Типы практики

Учебная практика, профессионально-ознакомительная.

Производственная практика, профессионально-творческая.

Производственная практика, преддипломная.

Организация:

- выбирает один или несколько типов учебной и один или несколько типов производственной практик из рекомендованного перечня;
- устанавливает дополнительный тип (типы) учебной и (или) производственной практик;
- устанавливает объемы практик каждого типа.

5.3. Аннотации рабочих программ дисциплин (модулей) и практик

Блок 1. Дисциплины (модули). Обязательная часть

Социально-гуманитарный (модуль)

Б1.О.01.01 История

Дисциплина ориентирована на развитие и совершенствование у обучающихся компетенций в области социально-гуманитарного знания, знакомство с основными понятиями, спецификой, проблемами и концепциями исторического развития России в контексте мировой истории. В ходе освоения дисциплины у бакалавров формируется готовность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере образования.

Программа предусматривает изучение курса по проблемно-хронологическому принципу. Её содержание дает возможность рассмотреть органически взаимосвязанные проблемы мировой и отечественной истории, получить представление о движущих силах и основных закономерностях историко-культурного развития человека и общества, историческом прошлом России в контексте общемировых тенденций развития, систематизировать знания об основных закономерностях и особенностях российской истории.

В результате освоения дисциплины будет сформирована способность бакалавра понимать характер истории как науки, ее место в системе гуманитарного знания; учитывая проблемно-хронологический принцип, знать важнейшие исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей; иметь научное представление об основных этапах и ключевых событиях истории России и всеобщей истории. Дисциплина вводит обучающихся в круг исторических проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности, обучает приёмам поиска и работы с исторической информацией, знакомит с основными методами исторического познания и теориями, объясняющими исторический процесс, формирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям своего Отечества.

Б1.О.01.02 Философия

Дисциплина направлена на формирование у обучающихся научно-философского мировоззрения. Философия знакомит с понятием мировоззрения, дает представление о сущности и структуре мировоззрения, различиях мифологического, религиозного, философского исторических типов мировоззрения; раскрывает специфику постановки философских проблем в онтологическом, гносеологическом, социально -философском, философско-антропологическом аспектах. Изучение генезиса философского знания и форм его бытия в современной культуре позволяет определить внешние и внутренние факторы развития знания, способы трансляции, этапы эволюции, показать значение философии как фактора новации в религии и науке. В ходе изучения дисциплины раскрываются функции философии, роль и значение философии в современном мире, специфика существования философии как вида знания, как вида деятельности, как социального института в условиях современного информационного общества. Демонстрируются методологические функции философии по отношению к развитию научного знания, изучаются понятия научного метода и методологии, принципы всеобщего (философского) метода. Философская антропология раскрывается как важнейший структурный элемент современного философского знания; как методологическое основание для развития конкретно-научных теорий человека. Демонстрируется взаимодействие философско-антропологического и специально-научного знания. Дисциплина знакомит с философским осмыслением глобальных проблем современности; содержанием различных сценариев будущего развития цивилизации и их критической оценки; примерами философского решения проблем. Формирует умения критической всесторонней оценки современных явлений, использования приемов рационального мышления и креативных технологий в интеллектуальной деятельности.

Б1.О.01.03 Культурология

Изучение культурологической проблематики способствует расширению познавательных способностей студентов в гуманитарной сфере и интенсифицирует их ценностно-ориентационную деятельность. Ключевым направлением курса является освоение предметной специфики подходов

в теории культуры, особенностей ее языка и формирование представлений о месте теории культуры в прикладных исследованиях. В ходе изучения обучающиеся получают представление о категориях современной науки (пространство-время, хронотоп и др.), возможностях и особенностях их использования при построении теории культуры и в практиках социо-гуманитарного знания; анализируют содержание и значение терминов, используемых при построении общей теории культуры (культурогенез, динамика культуры, морфология культуры, типология культуры, традиция, картина мира, парадигма и др.); осваивают содержание понятий, описывающих отдельные области и сферы изучения культуры (понятия «миф», «мифологическое сознание», «религия», «религиозность», «языковая картина мира», «научная картина мира» и др.), теоретико-методологические особенности и относительность фундаментальных моделей и категорий истории культуры (история, историческая эпоха, категориальная схема: античность-средние века-новое время и др.). Освоение предмета развивает способность критически воспринимать и интерпретировать тексты, представляющие теории и практики изучения культуры, понимать логику их построения и обусловленность содержания как теоретическим, так и социокультурным контекстом, ориентироваться в культурологической, художественно-эстетической и нравственной проблематике, что соответствует требованиям, предъявляемым обществом к культурной, развитой личности.

Б1.О.01.04 Социология

Социологические знания как средство социализации личности и становления профессиональной компетентности. Предыстория и социально-философские предпосылки социологии как науки. Социологический проект О. Конта. Классические социологические теории. Современные социологические теории. Русская социологическая мысль. Общество и социальные институты. Мировая система и процессы глобализации. Социальные группы и общности. Виды общностей. Общность и личность. Малые группы и коллективы. Социальная организация. Социальные движения. Социальное неравенство, стратификация и социальная мобильность. Понятие социального статуса. Социальное взаимодействие и социальные отношения. Общественное мнение как институт гражданского общества. Культура как фактор социальных изменений. Взаимодействие экономики, социальных отношений и культуры. Личность как социальный тип. Социальный контроль и девиация. Личность как деятельный субъект. Социальные изменения. Социальные революции и реформы. Концепция социального прогресса. Формирование мировой системы. Место России в мировом сообществе. Методы социологического исследования.

Б1.О.01.05 Экономика

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование способности использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности, в том числе связанных с рекламой и связях с общественностью. В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- основные закономерности взаимодействия человека и общества;
- особенности современного экономического развития России и мира. Обучающийся способен применять экономические знания в процессе решения задач образовательной и профессиональной деятельности, а также владеет технологиями приобретения, использования и обновления гуманитарных, социальных и экономических знаний.

Б1.О.01.06 Психология человека

История становления психологии как науки. Основные направления отечественной и зарубежной психологии. Изучение индивидуально-типологических особенностей человека. Направленность личности. Темперамент. Характер. Способности. Эмоционально-волевая сфера человека. Познавательная сфера человека. Ощущения и сенсорная организация личности. Виды и основные закономерности организации восприятия. Память и мнемические свойства личности. Мышление и интеллектуальные особенности личности. Речь и речевые свойства личности. Понятие о

воображении. Психология внимания.

Б1.О.01.07 Правоведение

Курс направлен на изучение теоретических и практических проблем современного российского права. Ключевыми проблемами курса являются вопросы правового регулирования различного рода правоотношений (конституционно-правовых, гражданских, административных, семейных, трудовых, а также возникающих в сфере образовательного права и права интеллектуальной собственности). Изучение особенностей правовой системы современной России, способов организации и функционирования органов государственной власти и местного самоуправления, принципов гражданства РФ способствует формированию правосознания личности. Отдельное внимание уделяется вопросу юридической ответственности в различных сферах правового регулирования и правовым механизмам защиты прав и законных интересов граждан и их объединений. Учитывая, что в каждом субъекте Российской Федерации законодательство имеет свои особенности, курс также ориентирован на изучение нормативных правовых актов одного из субъектов Российской Федерации – Омской области, что способствует формированию навыков толкования положений нормативно-правовых актов Омской области и их применения при решении конкретных практических задач. Неотъемлемой частью учебного курса «Правоведение» является использование справочных правовых систем (КонсультантПлюс, Гарант) для мониторинга изменений в российском законодательстве (конституционный строй, основы государственного управления, гражданские, семейные, трудовые, налоговые, финансовые, правоотношения, окружающая среда и природные ресурсы, социальная политика и т.д.) и применения знаний в профессиональной деятельности.

Б1.О.01.08 Политология

Мировоззренческая функция политологии. Политологические знания как средство самоопределения личности и становления профессиональной компетентности. Объект, предмет и метод политической науки. Функции политологии. Роль и место политики в жизни современных обществ. Объект, предмет и метод политической науки. Функции политологии. Политическая жизнь и властные отношения. Роль и место политики в жизни современных обществ. Социальные функции политики. История политических учений. Российская политическая традиция: истоки, социокультурные основания, историческая динамика. Современные политологические школы. Гражданское общество, его происхождение и особенности. Особенности становления гражданского общества в России. Институциональные аспекты политики. Политическая власть. Политическая система. Политические режимы, политические партии, электоральные системы. Политические отношения и процессы. Политические конфликты и способы их разрешения. Политические технологии. Политический менеджмент. Политическая модернизация. Политические организации и движения. Политические элиты. Политическое лидерство. Социокультурные аспекты политики.

Мировая политика и международные отношения. Особенности мирового политического процесса. Национально-государственные интересы России в новой геополитической ситуации.

Историко-филологический (модуль)

Б1.О.02.01 Иностранный язык

Курс направлен на совершенствование навыков коммуникации на иностранном языке. В процессе обучения предполагается изучение лексики по сферам применения (бытовая, терминологическая, общенаучная, официальная и другая); освоение основных способов словообразования; формирование понятия о свободных и устойчивых словосочетаниях, фразеологических единицах; развитие грамматических навыков, обеспечивающих письменную и устную коммуникацию. Практические занятия по иностранному языку ориентированы на формирование у студентов

понятия об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях, стиле художественной литературы; изучение культуры и традиций стран изучаемого языка, правил речевого этикета. В результате освоения дисциплины студенты будут способны понимать и строить диалогическую и монологическую речь в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения, бытовой и профессиональной коммуникации; будут владеть правилами публичной речи (устного сообщения, доклада, презентации); овладеют навыками чтения, перевода и реферирования текстов культурно-познавательного, научно-популярного, профессионально-ориентированного характера.

Б1.О.02.02 Русский язык и культура речи

Дисциплина ориентирована на развитие навыков коммуникации, в том числе деловой и профессиональной, на русском языке как государственном языке Российской Федерации.

В процессе обучения предполагается знакомство с теоретическими вопросами культуры речи (соотношение языка и речи; виды общения; структура русского национального языка; специфика литературного языка и его норм; стилистическая дифференциация русского литературного языка) и риторики (основы ораторского искусства; особенности речи-монолога; принципы диалогического общения); в систематизированном виде будет представлена информация о видах речевой деятельности.

Система практических заданий предполагает получение обучающимися опыта создания речевых высказываний в соответствии с этическими, коммуникативными, речевыми и языковыми нормами, а также с учетом изменяющихся условий коммуникации. Студенты получают возможность совершенствовать техники речевого взаимодействия с адресатом, выбора и корректировки коммуникативных стратегий и тактик, необходимых для эффективного общения.

Б1.О.02.03 История русской и зарубежной литературы

Генезис литературы. Миф – фольклор – литература (специфика образного мышления трех стадий в эволюции слова. Письменность стран Древнего Востока, связь литературы с религиозным культом. Античная литература: этапы развития древнегреческой и древнеримской литературы. Развитие литературы европейского Средневековья и Возрождения от ранних форм эпоса до драматургии Шекспира. Древнерусская литература Киевской и Московской эпох, переходный характер литературы допетровской России. Литература европейского и русского классицизма и Просвещения. Европейская литература XIX века: национальные варианты романтизма (Англия, Германия, Франция). Становление американской литературы. Развитие критического реализма и первенство жанра романа. Русская литература XIX века: специфика русского романтизма; русский классический роман. Европейский *fin de siècle* и «серебряный век» русской литературы. Авангардные течения, модернизм и постмодернизм в литературе Европы XX века. Русская литература советской и постсоветской эпохи. Художественный образ в движении культурных эпох. Специфика языка классического и постмодернистского текстов. Диалог как условие рождения литературного произведения. Понятие интертекстуальности. Монографический анализ художественных систем крупнейших зарубежных и русских писателей современности. Основы компаративистики: диалог художественных идей, образов, сюжетов в русской и зарубежной литературе.

Б1.О.02.04 Стилистика и литературное редактирование

Понятие стиля в лингвистике. Стиль языка и стиль речи, стилистика ресурсов и функциональная стилистика. Соотношение стилистической окраски и стилистического значения. Классификация функциональных стилей, классические и современные концепции системы функциональных стилей. Характерные особенности основных книжных стилей. Понятие разговорной речи (разговорного стиля) и языка художественной литературы (художественного стиля). Жанровая система функциональных стилей. Понятие стилистической и жанровой нормы. Комплексный

стилистический анализ текста.

Фонетическая стилистика. Стилистический потенциал фонетических единиц.

Понятие орфоэпической нормы. Фоника. Лексическая стилистика. Стилистическая оценка использования синонимов, антонимов, омонимов, лексических единиц, различающихся происхождением, сферой употребления и др. Грамматическая стилистика. Словообразовательные нормы. Морфологические нормы в сфере употребления слов различных частей речи. Синтаксические нормы. Понятия речевой ошибки и стилистического приема.

Литературное редактирование как наука. Основные принципы редакторской работы. Главные требования к деятельности редактора. Требования редакторской этики. О пределах вмешательства редактора в рукопись. Редакторская правка текста. Виды правки. Технические основы правки. Характеристика принятых в практике редактирования знаков правки. Работа редактора над фактическим материалом; над языком и стилем рукописи; над аппаратом книги. Лингвистическая компетентность редактора. Работа с нарушениями норм на различных уровнях языка.

Б1.О.02.05 Теория и практика работы с текстом

Понятие текста. Подходы к определению текста. Текст как система. Единицы и категории текста.

Создание текстов различных стилей и жанров как показатель уровня речевой культуры.

Создание текстов профессионально значимых стилей и жанров. Первичные и вторичные жанры. Проблема адаптации текста.

Интерпретация текста. Правила и принципы интерпретации: авторское намерение и право интерпретатора; герменевтика, текстология; нетеоретические формы интерпретации (иконичность и самописание художественного текста). Схема возможных типов интерпретации. Условия объективной интерпретации.

Декодирование текста. Методика декодирования.

Вербальные и невербальные средства выражения смысла в тексте: авторская графика; графические средства как способы выражения невербализованных смыслов в современном письменном тексте; текстовыделяющие средства; выразительные средства; расхождения между нормой использования невербальных средств в тексте и реальным их употреблением; паралингвистические средства, их грамматические и стилистические функции.

Б1.О.02.ДВ.01.01 История отечественной журналистики

Значение указа Петра об издании первой печатной газеты «Ведомости» и первый русский научно-популярный журнал. Русская журналистика XVIII – XIX вв.:

роль М.В. Ломоносова, Н.М. Карамзина, А.С. Пушкина, А. И. Герцена, Н.А. Некрасова, И.С. Тургенева в становлении отечественной журналистики. Обзор идейных направлений в русской журналистике начала 1860-х гг.: либеральное, демократическое, консервативное. Русская газета рубежа XIX – XX в. как отражение социально-политических процессов в стране. Модернистские и художественные издания рубежа XIX – XX вв.: «Мир искусства» как родоначальник художественных изданий.

Капитализм и культура: русская дореволюционная журналистика. Журналистика периода гражданской войны; первые декреты большевиков о печати. Ведущие издания зарубежной русской печати. Развитие системы советской журналистики, формирование ее многоуровневой вертикали. Журналистика периода оттепели. Отечественная журналистика и перестройка: расширение тематики, доступной обсуждению. Появление условий для новых видов собственности СМИ; влияние западных моделей СМИ на российский информационный рынок. Журналистская рефлексия как попытка выработать новые принципы профессиональной деятельности. Отечественная журналистика в XXI в. Изменение роли журналиста в условиях развития

новых информационных технологий. Ведущие публицисты XX – XXI вв. Региональная журналистика XX – XXI веков.

Б1.О.02.ДВ.01.02 История зарубежной журналистики

Основные понятия массовой информации в их историческом становлении. Генезис европейской журналистики: наследие Древней Греции и Рима. Публицистика Реформации в Германии. Становление политической журналистики во Франции: печать и публицистика Великой французской революции. Политическая журналистика в Англии XVII-XVIII вв. Развитие концепции «свободы печати» в Европе XIX в.: становление газетного дела и концепции выпуска журналов. Появление и развитие информационных агентств. Появление американской журналистики. Особенности развития средств информации в XX в. Зарождение и развитие новых каналов информации: от радиовещания к телевидению. СМИ зарубежных стран накануне и во время Второй мировой войны. Особенности развития СМИ зарубежных стран в 1945 –1990 гг. СМИ США и Европы на рубеже XX и XXI вв. Печать стран Азии, Африки и Латинской Америки в 1990 – 2010-х гг. Особенности становления и развития журналистики в странах СНГ.

Информационно-технологический (модуль)

Б1.О.03.01 Цифровые коммуникации

Цель дисциплины – сформировать представление о принципах использования современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в профессии специалиста по связям с общественностью и менеджера по рекламе, об основных техниках и приёмах эффективного применения информационно-вычислительной техники и средств коммуникации для достижения задач, поставленных перед специалистом по связям с общественностью и рекламе, а также ознакомление с системой терминов цифровых коммуникаций для обозначения ключевых понятий в рекламе, связях с общественностью и массовой коммуникации. Достижение цели подразумевает выполнение следующих задач:

- дать системное представление о современных компьютерных и телекоммуникационных технологиях;
- дать представление о понятийном аппарате телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью;
- охарактеризовать телекоммуникационные технологии, используемые в рекламе и связях с общественностью: сетевую рекламу, корпоративные сайты, вирусные технологии, краудсорсинг и др.

Б1.О.03.02 Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях

Цель дисциплины – дать представление о современных технических средствах и информационно-коммуникационных технологиях для получения первичного опыта работы с информационными технологиями и базами данных в процессе создания коммуникационного продукта. Задачи дисциплины:

- охарактеризовать применение современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;
- дать представление о современных российских и зарубежных базах данных;
- сформировать представление о систематизированной информации для использования в профессиональной деятельности;
- обучить процессам и методам поиска, сбора, хранения, обработки, распространения информации с учетом особенностей Федеральных законов «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ и «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ.

Формирующий компетенции физической культуры (модуль)

Б1.О.04.01 Физическая культура и спорт

Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Физическая культура как социальное явление. Основные понятия теории физической культуры. Физическая культура как часть культуры личности. Социально-биологические основы физической культуры. Организм человека как единая биологическая система. Механизмы адаптации к воздействию внешних и внутренних факторов на организм человека. Физиологические механизмы двигательной деятельности: тренировочный механизм. Энергообеспечение двигательной деятельности. Физиологические основы формирования двигательных навыков. Средства физической культуры и спорта в повышении и совершенствовании функциональных и адаптационных возможностей организма. Основы здорового образа и стиля жизни. Виды здоровья. Критерии эффективности здорового образа жизни. здоровый человек как ценность и факторы его определяющие. Составляющие здорового образа жизни. Ценностные ориентации студентов на здоровый образ жизни. Физическое самовоспитание и самосовершенствование в здоровом образе жизни. Оздоровительные системы и спорт (теория, методика и практика). Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений. Массовый спорт и спорт высших достижений, их цели и задачи. Организация и планирование спортивной подготовки в вузе. Общественные студенческие спортивные организации. Современные популярные системы физических упражнений. Индивидуальный выбор вида спорта и системы физических упражнений (характеристика) для регулярных занятий. Особенности занятий избранным видом спорта или системой физических упражнений. Методы физического воспитания. Основы обучения движениям, совершенствования физических, психических качеств. Цели и задачи общей физической, специальной физической и спортивной подготовки. Зоны и интенсивность физических нагрузок, мышечная релаксация. Формы занятий физическими упражнениями. Спортивная классификация и правила соревнований в избранном виде спорта. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями. Организация самостоятельных занятий физическими упражнениями различной направленности. Характер содержания, планирование занятий в зависимости от возраста, пола, уровня физической подготовленности. Самоконтроль, врачебный, педагогический контроль за эффективностью самостоятельных занятий. Участие в спортивных соревнованиях.

Б1.О.04.02 Элективные курсы по физической культуре и спорту

Обучение и совершенствование техники базовых двигательных действий легкой атлетики, плавания, лыжного спорта, спортивных игр в группах общефизической подготовки. Освоение комплексов упражнений оздоровительной гимнастики. Развитие физических качеств и повышение уровня функциональной подготовленности. Повышение спортивного мастерства в группах по: бадминтону, баскетболу, волейболу, легкой атлетике, лыжным гонкам, настольному теннису, плаванию, чирлидингу, футболу, шахматам и другим видам спорта. Теоретическая, общая физическая, специальная физическая, техническая подготовка. Соревновательная деятельность, основы судейства и организации соревнований. Тестирование уровня физической подготовленности. Физическая культура инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Освоение комплексов лечебной физической культуры. Методические основы составления и проведения комплекса общеразвивающих упражнений; методика организации и проведения подвижных игр; методика использования средств физической культуры для развития психофизических качеств; методика организации физкультурно-оздоровительных мероприятий; методика проведения самостоятельных занятий оздоровительной (тренировочной) направленности; методика профилактики профессиональных заболеваний.

Формирующий основы безопасности жизнедеятельности (модуль)

Б1.О.05.01 Безопасность жизнедеятельности

Глобальные проблемы безопасности жизнедеятельности. Безопасность жизнедеятельности в чрезвычайных ситуациях, правила поведения и способы оказания помощи пострадавшим.

Классификация чрезвычайных ситуаций. Характеристика чрезвычайных ситуаций природного, техногенного, антропогенного и социального характера. Чрезвычайные ситуации с выбросом опасных химических веществ, правила поведения и способы оказания помощи пострадавшим. Характеристика чрезвычайных ситуаций техногенного характера на радиационных объектах, правила поведения и способы оказания помощи пострадавшим. Зоны радиоактивного загрязнения местности, биологическое действие радиации на организм человека, меры защиты от радиации. Основы пожарной безопасности, средства пожаротушения, действия учителя и учащихся при пожарах. Эпидемическая безопасность, способы защиты населения. Экологическая безопасность, способы защиты населения. Чрезвычайные ситуации локального характера, оказание помощи пострадавшим. Защита населения в чрезвычайных ситуациях. Предупреждение и ликвидация чрезвычайных ситуаций. Организация оповещения, правила поведения учащихся и персонала учебных заведений в чрезвычайных ситуациях. Эвакуация и рассредоточение – способы защиты населения, виды эвакуации. Обязанности эвакуируемых, правила поведения, экипировка. Средства индивидуальной и коллективной защиты населения.

Общепрофессиональная подготовка (модуль)

Б1.О.06.01 Введение в коммуникационные специальности

Дисциплина направлена на формирование у студентов первоначальных представлений о специфике рекламы и связей с общественностью как вида профессиональной деятельности. При изучении дисциплины обучающийся должен приобрести умения и навыки отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности, использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий или групп общественности, 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.

Цель дисциплины – адаптировать обучающихся к формам учебной и научной работы, сформировать представления о специфике профессии, освоить систему ключевых терминов и понятий.

Б1.О.06.02 Основы теории коммуникации

Цель дисциплины – освоение понятийного аппарата и основных положений базисных теорий коммуникации и коммуникационного поведения; формирование теоретико-методологического базиса для изучения последующих социальнокоммуникационных и профессиональных дисциплин; формирование у студентов понимания информационно-коммуникативной природы социальных взаимодействий на межличностном и организационном уровне.

Задачи дисциплины:

- дать основные характеристики категории коммуникации;
- определить понятия коммуникативного действия и коммуникативного взаимодействия;
- сформировать представления о типологии коммуникации и ее основных теоретических моделях;
- дать представление об основных теоретико-методологических подходах современной теории коммуникации (процессно-информационный и семиотический подходы);
- дать представление о базовых моделях коммуникационного процесса (Шэннона-Вивера, Гербнера, Ньюкомба, Вестли Маклина, транзакционные модели Тэна; де Соссюра, Пирса, Фреге, Огдена-Ричардса, Морриса);
- охарактеризовать базовые положения межличностной и деловой коммуникации, включая аспекты

вербального и невербального взаимодействия социальных субъектов;

– дать представление о типичных ситуациях межличностного общения и формах реагирования.

Б1.О.06.03 Теория и практика связей с общественностью

Дисциплина направлена на разностороннее формирование профессиональной идентичности студента.

Цель дисциплины – освоение студентами основного понятийного аппарата связей с общественностью, ознакомление с основными подходами к PR-деятельности, усвоение основных технологий, методов и инструментов деятельности по связям с общественностью в современной онлайн и офлайн-среде.

Задачи дисциплины:

- дать системное представление о связях с общественностью как виде профессиональной деятельности в коммерческой, политической, социальной сфере и взаимодействии с органами государственной власти;
- сформировать понимание принципов профессиональной этики;
- дать представление об этических кодексах, профессиональных организациях и объединениях, профессиональных конкурсах, профессиональных стандартах;
- ознакомить с основными зарубежными и отечественными теоретическими концепциями связей с общественностью;
- дать полное и системное представление о понятийном аппарате теории связей с общественностью;
- сформировать представление о принципах взаимодействия связей с общественностью со средствами массовой информации;
- дать представление о типах современной коммуникационной продукции связей с общественностью в онлайн и офлайн средах; – обучить базовым алгоритмам деятельности по связям с общественностью, аналитическим и технологическим процедурам, используемым в деятельности по связям с общественностью;
- продемонстрировать деятельность по связям с общественностью на примере анализа классических и современных кейсов.

Б1.О.06.04 Теория и практика рекламы

Цель дисциплины – обучение разработке рекламного коммуникационного продукта и его технологического обеспечения.

Задачи дисциплины:

- дать представление об основах рекламной коммуникации и рекламной деятельности;
- продемонстрировать виды и формы рекламы, объяснить функции рекламы в обществе;
- дать представление о принципах взаимодействия рекламы и других маркетинговых коммуникаций;
- обучить основным принципам разработки рекламного медиапродукта;
- дать представление об основах копирайтинга и медиапланирования;
- обучить средствам и способам анализа эффективности рекламного воздействия;
- продемонстрировать и охарактеризовать мировой и отечественный опыт рекламной деятельности;
- ознакомить с основными рекламными фестивалями и конкурсами профессионального мастерства;
- дать представление о профессиональных сообществах рекламистов и их деятельности.

Б1.О.06.05 Теория и практика медиакommunikаций

Дисциплина дает общее представление о массмедиа специалисту по рекламе и связям с общественностью для эффективного взаимодействия внутри медиакommunikационного поля для

решения задач в рамках рекламного и пиар производства.

Цель дисциплины – сформировать понимание основных принципов работы с информацией для массовой аудитории с помощью каналов массовой коммуникации.

Задачи дисциплины:

- дать представление о современных теориях массмедиа, о системе СМИ, о подходах к изучению СМИ;
- дать представление о профессии журналиста, правовых и этических аспектах работы в СМИ;
- дать представление о системе жанров СМИ, об основных характеристиках медиапродукта и массовой аудитории;
- познакомить основами медиаэкономики, медиапроизводства и медиапродвижения.

Б1.О.06.06 Интегрированные коммуникации

Цель дисциплины – дать системное представление об интегрированных коммуникациях с различными субъектами с использованием оптимального количества коммуникационных каналов для усиления кумулятивного эффекта. Задачи дисциплины:

- охарактеризовать принцип интеграции в коммуникативном процессе;
- дать представление об интегрированном комплексе коммуникаций с группами внутренней и внешней общественности;
- сформировать представление об инструментарию для проведения коммуникационных кампаний с учетом региональных и страновых медиасистем;
- сформировать системное понимание особенностей современных интегрированных онлайн и офлайн коммуникаций.

Б1.О.06.07 Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы

Цель дисциплины – формирование регулятивного компонента профессионального сознания будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью.

Задачи дисциплины:

- дать представления о праве как о виде социального регулятора профессиональной деятельности;
- продемонстрировать проблемные ситуации правового характера в профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью;
- обозначить зоны риска в публичных коммуникациях.

Б1.О.06.08 Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы

Задачи дисциплины:

- дать представление о морали как социальном регуляторе профессиональной деятельности;
- рассмотреть этику и профессиональную нравственность в качестве эффективных инструментов оптимизации профессиональной деятельности в сфере коммуникаций;
- сформировать представление о разработанных профессиональным сообществом этических нормах;
- мотивировать обучающихся к следованию профессиональной этике при решении профессиональных задач.

Б1.О.06.09 Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе

Общая характеристика PR-коммуникации, участники, структура и процесс PR-коммуникации. Типы PR-сообщений. Содержание PR-коммуникации. Средства PR-коммуникации (пресс-мероприятия, деловые мероприятия, специальные мероприятия, размещение в масс-медиа, создание историй, социальные проекты, корпоративные медиа).

Рекламная и PR-коммуникация: общее и различное.

Б1.О.06.10 Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Цель дисциплины – сформировать базовые представления о менеджменте в коммуникационном бизнесе в России и за рубежом.

Задачи дисциплины:

- сформировать системное научное представление о менеджменте и охарактеризовать типологию менеджмента;
- продемонстрировать интеграцию управленческих и коммуникационных знаний, умений и навыков, определяющих профессионализм деятельности современного менеджера;
- комбинирование типов менеджмента в зависимости от конкретной ситуации; – обучить процессу анализа управленческих процессов;
- обучить определению возможностей и угроз на основе анализа внешней среды.

Б1.О.06.11 Социология рекламы и связей с общественностью

Цель дисциплины – дать представление о социологических подходах и методах изучения запросов и потребностей общества в профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью.

Задачи дисциплины:

- дать социокультурную характеристику коммуникационной деятельности: рекламы и связей с общественностью;
- сформировать представление о концептуальных моделях социологического знания, применяемых в коммуникационной деятельности по рекламе и связям с общественностью;
- ознакомить с социологическими методами анализа и оценки коммуникаций

Б1.О.06.12 Психология рекламы и связей с общественностью

В рамках дисциплины рассматриваются основные психологические механизмы рекламного и PR-воздействия, методы воздействия, использующие данные механизмы, психологические теории и методы исследования рекламы и PR. Студенты приобретают навыки планирования и проведения психологического исследования и психологической экспертизы рекламного и PR-продукта, а также проведения отдельных методов, использующихся в исследованиях и экспертизе рекламного и PR-продукта.

Б1.О.06.13 Организация и проведение коммуникационных кампаний

Цель дисциплины – освоение понятийного аппарата и основных положений базисных теорий комплексных организационных мероприятий.

Задачи дисциплины:

- дать представление о планировании и реализации коммуникационных кампаний в отечественной и зарубежной практике;
- дать характеристику коммуникационным компаниям, классификацию и типологию коммуникационных компаний;
- провести анализ исследовательских программ в рамках кампаний;
- продемонстрировать основные проблемы в планировании и реализации кампаний;
- обучить основным подходам и методам к оценке эффективности;
- сегментировать основные группы общественности и находить общие и специфические формы и методы работы с ними.

Б1.О.06.14 Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью

Цель дисциплины – изучение технологических процедур при создании и реализации проектов в сфере коммуникаций, стимулирование креативных способностей.

Задачи дисциплины:

- продемонстрировать и объяснить алгоритм и методику создания коммуникативных проектов;
- обучить проведению мониторинга проектной деятельности с целью оперативной корректировки коммуникационного проекта и прогнозированию последствий его реализации

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

Дисциплины подготовки по общей направленности или узкой направленности (модуль)

Б1.В.01.01 Современная пресс-служба

Основные характеристики современной пресс-службы. структура и принципы организации современной пресс-службы. Формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ, общественностью, политическими организациями и бизнес-структурами. Классификация средств массовой информации и целевой аудитории. Основные принципы подбора и подготовки кадров для пресс-службы. Должностные и функциональные обязанности пресс-секретаря. Работа пресс-службы с критическими материалами СМИ. Практика организации и проведения аккредитации журналистов в РФ. Деятельность пресс-служб органов власти и управления. Деятельность пресс-служб негосударственных организаций. Деятельность пресс-служб спортивных организаций. Деятельность пресс-служб высших учебных заведений.

Б1.В.01.02 Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования в образовании

Группы интересов и группы влияния. Теория коллективных действия М. Олсона. Экономические и политические интересы. Группы интересов и политические элиты. Государство как силовой институт. Теория «стационарного бандитизма» и проблема общественных благ. Теоретические концепции гражданского общества.

Концепция «властвующей элиты» и олигархические политические режимы.

Особенности взаимоотношений структур гражданского общества с органами государственной власти. Органы государственной власти как специфическая целевая аудитория. Технологии прямого и опосредованного воздействия на органы власти. Особенности взаимодействия с региональными и муниципальными органами власти. Специфика взаимодействия с пресс-службами и PR-отделами государственных органов и служб.

Возникновение первых профессиональных лоббистских агентств и государственное регулирование их деятельности. Преимущества и ограничения институционализации лоббистской деятельности. Эффекты легализации лоббизма. Профессиональные ассоциации и этические кодексы. Высшее профессиональное образование в сфере лоббизма.

Классический лоббизм как неформальная коммуникация. Воздействие на органы государственной власти с помощью обращения к избирателям.

Лоббистские кампании и представительство групп интересов в социальных сетях.

Особенности российских групп интересов. Крупные корпорации как субъекты политического процесса. Слабость российского профсоюзного движения. Общественная дискуссия по поводу закона «О лоббировании». Законодательная база лоббистской деятельности. Правовые нормы регулирования выработки политического курса на федеральном и региональном уровнях. Внешняя институциональная среда российского лоббизма.

Б1.В.01.03 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в образовании

Структура и тенденции международного и российского рынка услуг в сфере связей с общественностью; факторы, определяющие ценообразование на рынке услуг; методы тарификации; методы стимулирования сбыта на рынке услуг; роль

связей с общественностью в маркетинговой политике; ведущие агентства в области связей с общественностью в России и за рубежом; источники информации о рынке связей с общественностью: профессиональная периодика, Интернет, форумы, выставки, семинары. Специализация услуг; социальный и политический маркетинг; особенности клиентуры в некоммерческом секторе; работа с клиентом; подготовка делового предложения; особенности презентации делового предложения.

Б1.В.01.04 Бренд-менеджмент

Современные концепции брендинга и бренд-менеджмента. Типы брендов, портфель брендов компании. Разработка платформы бренда. Разработка системы идентификаторов бренда. Формирование капитала бренда и развитие бренда во времени: управленческие решения. Маркетинговые коммуникации и их роль в построении и развитии бренда. Оценка стоимости бренда

Б1.В.01.05 Моделирование рекламного продукта

Форма и содержание рекламного продукта. Творческий процесс разработки рекламного продукта. Составление рекламных текстов. Копирайтинг. Художественное оформление, дизайн и редактирование в рекламе. Рекламный креатив. Творческое производство и технологии разработки рекламного продукта (по его видам). Оценка эффективности рекламного продукта.

Б1.В.01.06 Современные дискурсивные практики

Понятие дискурсивной практики. Характеристики дискурсивных практик. Динамический аспект дискурсообразования.

Глобализация и технологизация дискурсивных практик начала XXI века. Сетевой дискурс, его особенности.

Новые дискурсивные практики в СМИ, рекламе и связях с общественностью.

Особенности дискурсивного взаимодействия. Языковая игра как базовая стратегия современного дискурса.

Методики дискурс-анализа.

Б1.В.01.07 Гендерная лингвистика

Понятия пола и гендера. Теоретико-методологические основания гендерологии. Лингвистическая гендерология как парадигма современных исследований Теоретические и методологические основы гендерных исследований.

Гендерное коммуникативное поведение. Гендерные стереотипы. Языковой имидж социума и параметры определения мужской и женской речи

Рекламный дискурс и дискурс СМИ в гендерном аспекте. Гендер в политическом дискурсе. Политкорректность и гендер.

Б1.В.01.08 Межкультурное взаимодействие

Результатом освоения дисциплины «Межкультурное взаимодействие» является овладение навыками применения диалоговых стратегий между представителями отдельных социокультурных групп. Отсюда ключевые задачи при изучении предмета связаны с развитием культурной восприимчивости, способности к осознанной интерпретации различных видов коммуникативного поведения, отражающего специфические черты многообразных культур. Внимание сосредоточено на специфике формирования субкультурных образований (этнических, конфессиональных и других), на вопросах социокультурной идентификации и причинах трансляции представлений о чужеродности культуры. Изучение методологических приемов коммуникативного поведения, ориентированных на региональную специфику, и технологий культурной

восприимчивости способствует выработке корректной интерпретации культурных текстов с позиции культурного релятивизма.

Б1.В.01.09 Основы лингвобезопасности

Правовые нормы в области медийной деятельности. Понятия свободы информации, конфиденциальной информации, ответственности за непредоставление информации. Интернет, новые СМИ и их правовое регулирование. Лингвистическая безопасность медийной сферы в аспекте лингвистической экспертизы медиатекстов.

Правовые риски и способы защиты медиатекстов и медиакommunikаций. Лингвистическая экспертиза текста.

Б1.В.01.10 Основы лингвокреативной деятельности

Явления языкового креатива и лингвокреативной деятельности в различных сферах коммуникации.

Языковая игра, ее социальные, психологические, культурологические основы.

Сущностные характеристики лингвокреативной деятельности; операциональные механизмы и приёмы лингвокреатива, ассоциативные параметры восприятия игровых единиц в рамках того или иного текстового поля; основные функции языковой игры в речевых жанрах; соотношение основных принципов лингвокреатива в исследуемых контекстах с тенденциями.

Функции языковой игры в художественном тексте и разговорной речи: общее и различное. Лингвокреатив в рекламе.

Дисциплины подготовки по дополнительному виду деятельности (модуль)

Б1.В.02.01 Основы антикризисных коммуникаций

Научно-теоретические, исторические предпосылки и условия формирования и развития антикризисных PR. Антикризисные PR как функция социального управления. Антикризисные PR как комплексная дисциплина: психология, социология, теория массовой коммуникации, журналистика, информатика, логика, риторика, антикризисное управление и т. д. PR и управление кризисными ситуациями. «Жизненные» циклы кризиса. Регулирование и разрешение социальных кризисов и конфликтов: определение основных понятий – регулирование, разрешение, управление, предотвращение, минимизация последствий. Этапы и последовательность оптимального урегулирования конфликтов. Структурирование конфликтующих групп.

Основные этапы деятельности антикризисных PR. Планирование антикризисной PR- программы. Реализация антикризисной PR-программы. Оценка результатов. Основные этические, юридические нормы и кодексы профессионального поведения.

Инструментарий антикризисных PR. Отношения со СМИ. Особенности работы со СМИ в условиях недостатка времени. Способы распространения информации в условиях кризиса. Отношения с внешней и внутренней общественностью в условиях кризисной ситуации. Стратегии антикризисных PR в различных сферах. Организация и технология проведения антикризисных PR-кампаний. Международные и национальные профессиональные объединения специалистов в сфере PR.

Б1.В.02.02 Организация и проведение специальных мероприятий

Индустрия развлечений и массовых и корпоративных мероприятий. Масштабы и темпы развития технологий организации досуговых и других мероприятий.

Возможности для массовых мероприятий и корпоративных развлечений в разных странах. Типология и классификация мероприятий. Ивент-менеджмент как инструмент управления персоналом.

Корпоративное событие (мероприятие) как инструмент формирования системы мотивации

персонала. Компетенции и обязанности ивент-менеджера. Сценарно-драматургическая основа развлекательного мероприятия. Литературный сценарий как основа мероприятия и сценарий-план мероприятия, включающий перечень событий с указанием хронометража и другой сопутствующей информации (наименование событий, ответственного лица, места события, времени, текста и т.д.). Образно-смысловой ход сценария и его триединство (образно-игровой ход, декоративно-образный, образно-музыкальный). Композиционная структура сценария. Экспозиция, завязка, кульминация, развязка драматургического произведения. Пять основных событий, раскрывающих развитие конфликта: исходное, основное, центральное, финальное, главное.

«Золотое сечение» в сценарии. Предварительные исследования, разработка и планирование мероприятий. Выбор поставщиков и партнеров и заключение договоров с ними. Управление творческим процессом. Понятие креативности, творческого решения производственной или управленческой задачи. Продвижение: привлечение внимания к мероприятию, реклама, PR и другие инструменты маркетинга. Оценка результатов мероприятия. Финансовый менеджмент мероприятий. Способы минимизации расходов.

Б1.В.02.03 Экскурсионная деятельность

Дисциплина «Экскурсионная деятельность» направлена на формирование представлений о целесообразности и возможностях реализации экскурсионного материала в культурно-просветительской и в педагогической деятельности на основе краеведческой информации отдельного региона.

В процессе изучения технологий подготовки и особенностей отбора материала для создания экскурсионного маршрута происходит знакомство с современными направлениями в сфере туризма и возможностями разработки актуальных экскурсионных маршрутов. Рассматриваются основные направления краеведения и возможности использования краеведческого материала при составлении экскурсионных маршрутов; изучается структура, классификация, особенности формирования экскурсионного материала и специфика построения экскурсионного текста; технологии формирования экскурсионного маршрута и особенности его использования в городской среде. Особое внимание уделено актуальным видам традиционного и современного искусства, представленного городской декоративной пластикой, архитектурой, спецификой ландшафтного дизайна и ленд-арта и др. Осваиваются инновационные способы подачи материала для различных категорий населения и механизмы продвижения экскурсионных маршрутов.

Б1.В.02.04 Интертекст в СМИ и рекламе

Понятие интертекста. Теория интертекстуальности. Свойства и функции интертекста. Интертекстуальность внешняя и внутренняя. Типы межтекстовых связей.

Интертекстуальность как присутствие в одном тексте двух и более текстов: цитаты с атрибуцией, цитаты без атрибуции, переводные цитаты; атрибутированные и неатрибутированные аллюзии.

Тексты влияния как феномен языкового существования.

Интертекстуальный тезаурус языковой личности и методы его изучения.

Интертекст в СМИ. Прецедентные тексты в заголовках. Языковая игра с прототекстом.

Интертекст в рекламе. Лингвокреатив и оценка его эффективности.

Б1.В.02.05 Основы научной коммуникации

Понятия коммуникации, деловой, профессиональной коммуникации. Типы общения, коммуникативные стратегии и тактики.

Научный дискурс, системообразующие признаки научного дискурса.

Научный стиль, подстили и жанры. Письменная и устная научная речь. Монологическая и диалогическая научная речь.

Научная коммуникация, проблемы популяризации науки. Организация научных мероприятий.

Дисциплины (модули) по выбору

Б1.В.ДВ.01.01 Компьютерные технологии в рекламе

Основные понятия и принципы функционирования сети Интернет. Интернет как канал маркетинга и рекламы. Понятие Интернет-рекламы и ее особенности. Рекламные носители и направления размещения рекламы в Интернете. Способы показа баннеров и оплата из размещения. Направления размещения рекламы. Веб-сайт как объект и субъект рекламы. Инфраструктура рынка Интернет-рекламы. Структура мирового рынка ИР. Участники рекламного рынка: рекламодатели, рекламные площадки, рекламные агентства, пользователи. Крупнейшие российские рекламные Интернет-агентства: спектр предлагаемых услуг. Прогнозы развития рынка ИР.

Б1.В.ДВ.01.02 PR и реклама в Интернете

Интернет и связи с общественностью. Работа в телекоммуникационных информационных сетях: группы новостей; конференции в режиме реального времени (интерактивное общение); сетевые специализированные агентства; брифинги; пресс-релизы; электронные доски объявлений и т.п. Использование сетевых ресурсов в крупных коммуникационных проектах. Системы и алгоритмы поиска информации. Мультимедийные системы, компьютерная обработка аудио (звук, речь, музыка) и видеоданных. Баннерная реклама. Ассоциированная программа. Интернет, Интранет. Контентные службы. Отношения с электронными средствами массовой информации.

Б1.В.ДВ.02.01 Основы корпоративной культуры в сфере образования

Предмет корпоративной культуры. Становление корпоративной культуры как научной дисциплины. Отличия организационной и корпоративной культуры. Крупнейшие ученые в области корпоративной культуры. Корпоративная культура в контексте национальной культуры. Классификации и типологии корпоративных культур. Типологии, предложенные зарубежными исследователями (Дж. Зоненфельд, Р. Акофф, Т. Дейл, А. Кеннеди и др.). Способы формирования корпоративной культуры. Условия успешного проведения изменений. Механизмы распространения организационной культуры. Корпоративная культура в условиях кризиса. Поведение руководства организации в условиях кризиса, взаимодействие с трудовым коллективом. Диагностика и коррекция корпоративной культуры. Методы диагностики: тестирование, анкетирование, опрос, выявление социально-психологического климата. Построение профиля корпоративной культуры. Культура управления коллективом. Эффективные стили руководства. Роль фирменного стиля и имиджа организации в формировании корпоративной культуры. Изменения фирменного стиля, коррекция имиджа. Факторы мотивирующей организации труда. Понятие и виды мотивации. Модели и теории мотивации. Содержательные (А. Маслоу, Ф. Херцберг, Д. МакКлеланд), процессорные (ожидания и справедливости) целевой ориентации. Место и значение корпоративного издания в формировании КК. Роль PR-специалиста в формировании КК.

Б1.В.ДВ.02.02 Медиа в образовании: специфика построения коммуникации

Основные этапы в исследовании массовой коммуникации по мере совершенствования медиатехнологии. Представление об особенностях функционирования медиатехнологий в массовой коммуникации за все время их существования для оптимальной и эффективной организации профессиональной деятельности. Представление о медиатекстах. Основные признаки. Типы медиатекстов. Массово-коммуникативный текст, массмедийный текст, журналистский текст, публицистический текст, газетный текст, телетекст, рекламный текст, PR-текст, Интернет-текст.

Б1.В.ДВ.03.01 Основы репутационного менеджмента

Основные проблемы репутационного менеджмента. Исторические факторы актуальности репутационного менеджмента. Репутация и социальный капитал. Репутация и

паблисити. Принципы расчета индекса информационного благоприятствования (ИИБ). Инструментарий имиджологии в репутационном менеджменте.

Характеристики имиджа (Т. Лебедева). Пирамида репутации Гр. Даулинга. Методы исследования репутации (репутационный аудит). Стоимостные (экономические) методы оценки репутации. Методики репутационного аудита (Гр. Даулинг, И. Олейник и А. Лапшов, Л. Сальникова). Качественные методы исследований как основа репутационного аудита (кабинетный анализ документов, экспертные интервью с представителями репутационных аудиторий). Методы формирования репутации. Методы управления репутацией и ее изменения. Инструменты репутационного менеджмента. Особенности управления репутацией первого лица. Корпоративная социальная ответственность в программах управления репутацией. Особенности управления репутацией территории

Б1.В.ДВ.03.02 Имиджмейкинг и репутационные технологии

Приоритетные функции имиджа. Теоретические основы самопрезентации. Принципы имиджирования. Технологии имиджирования.

Б1.В.ДВ.04.01 Реклама и связи с общественностью в государственных институтах и странах

Организация работы с гражданами. Общественное мнение социальных групп, дифференциация их ожиданий от государственных институтов и определение лидирующих тенденций в развитии общественного мнения. Мероприятия, направленные на удовлетворение наиболее значимых ожиданий со стороны общественных кругов с целью оказания влияния на динамику общественных настроений. Предотвращение возможных конфликтов и недопонимания в работе с общественностью. Двусторонние контакты с разными общественными группами и их лидерами. Реклама услуг, предоставляемых государственными организациями. Создание положительного образа государственных институтов в сознании общественности.

PR-службы Великобритании. Центральное управление информации (Central Office of Information) – специализированное координирующее учреждение по связям с общественностью всех государственных организаций. США: деятельность Информационного агентства (USIA). Структура правительственной PR-службы в странах Запада. Пресс-отдел. Работа с отчетами о дебатах в парламенте и совещаниях кабинета министров. Организация визитов корреспондентов в правительственные учреждения и на пресс-конференции. Отдел телевидения и радио. Техническое обеспечение работы теле- и радиопрограмм. Отдел рекламы. Создание рекламных брошюр, афиш, плакатов и кинофильмов, посвященных деятельности государственных организаций. Отдел брифингов.

Сбор информации о деятельности правительства и государственных организаций, передача ее в распоряжение пресс-отдела и отдела рекламы, а также для распространения за рубежом. Работа с запросами, адресуемыми в парламент, с письмами граждан и общественных организаций в газеты и журналы по поводу политики правительства с целью учета общественного мнения при трансляции информации в СМИ.

Б1.В.ДВ.04.02 Социальная реклама: тренды

Социальная реклама. Законодательные и этические основы деятельности в сфере социальной рекламы. История развития социальной рекламы. Современное состояние социальной рекламы. Социальная реклама и социальный PR. Психологические аспекты воздействия социальной рекламы. Современная социальная реклама в решении социальных проблем.

Б1.В.ДВ.05.01 Выставки и выставочная деятельность

Выставка как средство бизнес-коммуникаций. Основные подходы к организации выставочной деятельности. Выставочная экономика и планирование. Современная выставочная коммуникационная среда. Подготовка к выставке. Основные принципы принятия решения на

участие в выставке. Типология выставок. Разработка выставочной концепции экспонента. Планирование выставочной деятельности. Основные этапы. Организация сбора информации. Маркетинговые исследования на выставке. Привлечение целевых посетителей на стенд. Работа в конкурентной среде. Оценка конкурентов на выставке. Организация работы персонала на выставке. Работа с посетителями. Методы стимулирующего влияния на потенциального клиента. Рекламные и PR компании в рамках выставки; Рекламные средства, применяемые на выставке. Послевыставочная деятельность организации. Принципы успешного экспонирования. Основы выставочного менеджмента. Коммуникационная стратегия экспонента. Выставочный менеджмент: значение понятия, цель, примеры. Экономический и коммуникационный эффект выставки. Инструментарий застройщика выставки.

Б1.В.ДВ.05.02 Выставочные коммуникации

Функции, цели и задачи выставок и ярмарок. Виды коммуникаций на выставках и ярмарках: реклама, связи с общественностью, прямой маркетинг, стимулирование сбыта. Разработка коммуникативной стратегии выставочной деятельности.

Б1.В.ДВ.06.01 Политические кампании: международный опыт

Политическая коммуникация: этапы развития и геополитическая обстановка. Политический консалтинг (кризисное управление, избирательные кампании в системе международных отношений). Этапы политической коммуникации. Политический маркетинг. Особенности геополитической обстановки. Американизация избирательных кампаний. Теория диффузии Международное избирательное право, особенности медийной демократии. Медиастратегии и управление информацией (социокультурные и этнокультурные характеристики). Официальные выборные технологии. Использование СМИ. Агитационные материалы. PR-технологии. «Черный пиар» и государственное управление выборами. Стратегия и тактика «черного пиара». Некоторые приемы воздействия на поведение избирателя. Работа с газетами, телевидением и радио. Работа оперативных групп и полиграфическая реклама. Роль выборов в политическом процессе. Выборы и демократия. Современные выборы и их роль в процессе легитимации политических курсов. Выборы в переходных обществах. Социологическая теория П. Лазарсфельда. Социально-психологическая теория. Рационально-инструментальная концепция Э. Даунса и М. Фиорины.

Б1.В.ДВ.06.02 Политконсалтинг: региональный, страновой и международный опыт

Определения политического консультирования. История политического консультирования. Технологии политического консультирования: стратегическое консультирование, опросы общественного мнения, спичрайтинг, имиджмейкинг, спиндокторинг, медиапланирование политической рекламы, организация предвыборных мероприятий, фандрайзинг.

Б1.В.ДВ.07.01 Реклама и особенности рекламных кампаний в образовании

Стратегические особенности малобюджетного маркетинга. Подготовка к собственной коммуникативной кампании. Выбор стратегии в зависимости от занимаемой доли на рынке. Описание клиентского портрета и оптимальный выбор инструментов рекламной кампании. Управление клиентскими сообществами. Современные BTL-технологии. Выбор немедийных инструментов Сочетание различных BTL-инструментов в единой информационной кампании. Принципы выбора рекламоносителя: преимущества и недостатки медийных и немедийных носителей. Как различные носители участвуют в решении различных маркетинговых задач, стоящих перед компанией.

Б1.В.ДВ.07.02 PR и реклама в сфере науки и инноваций

Сформировавшиеся в мире во второй половине XX в. инфраструктуры инновационной экономики

формируют новые коммуникационные практики. В курсе описываются проблемы формирования инновационной концепции коммуникации в мире и России, систематизируют имеющиеся зарубежные и отечественные практики, предлагают концептуальные варианты развития коммуникации в сфере инноваций.

Б1.В.ДВ.08.01 Основы документолингвистики

Социально-психологические аспекты и специфика деловой коммуникации.

Системная модель деловой коммуникации.

Официально-деловой стиль, его подстили и жанры.

Документ как речевой жанр и вид текста. Лексические, морфологические и синтаксические особенности служебных документов. Композиционные особенности служебных документов. Общие принципы редактирования служебных документов.

Ошибки в документных текстах, методы и инструменты их исправления. Лингвистика электронной документной коммуникации. Современное деловое письмо.

Формирование коммуникативно-речевых компетенций в сфере административно-правовой деятельности. ГОСТ составления деловых бумаг и правила делового общения.

Б1.В.ДВ.08.02 Спичрайтинг

В курсе изучаются материалы по орфоэпии, орфографии, пунктуации, стилистике и культуре речи, а также тексты, на основании анализа которых возможно написание и произношение речей. В основу работы заложены аксиологический аспект изучения языка, а также актуализация компетентностного подхода к обучению.

Б1.В.ДВ.09.01 Продвижение культуры региона

Дисциплина ориентирована на изучение современных тенденций культурной политики региона в структуре государственных изменений. Внимание уделено реализации проектов, ориентированных на социокультурное развитие территории (на примере Омского региона). Задачи дисциплины связаны с формированием обоснованной методологической позиции в области культурно-просветительской деятельности; содействуют развитию возможностей использования образовательной среды для проектирования и реализации образовательных технологий при решении профессиональных задач в социокультурной сфере, навыков профессиональной коммуникации для решения задач в области культурной политики региона (на примере Омской области).

Б1.В.ДВ.09.02 Культурные доминанты регионов России

Курс направлен на усвоение базовых основ истории и социокультурного развития регионов Российской Федерации. Особое внимание уделено культурным доминантам регионов Сибири, определяющих развитие территориальных брендов.

Освоение дисциплины связано с формированием возможностей использовать специфические методологии и методики исследования динамики культурных процессов. Значительное место занимает вопрос о стратегиях территориального продвижения, в том числе в туристской сфере (на примере, культурно-познавательного, делового, экологического, сельского и других видов туризма), где культурные особенности, специфичные для отдельных регионов, становятся эффективным инвестиционным механизмом.

Б1.В.ДВ.10.01 Политическая лингвистика

Политическая лингвистика как научная дисциплина. Возникновение и основные этапы развития политической лингвистики. Понятийный аппарат и терминология политической лингвистики.

Типовые свойства, дискурсивные характеристики и функции политической

коммуникации. Функции политической коммуникации.

Лексико-стилистическая организация политических текстов. Выразительные средства в политической коммуникации. Метафора в политической коммуникации.

Б1.В.ДВ.10.02 Практика лингвистических экспертиз

Лингвистическая экспертиза: определение и принципы. Теоретические основы лингвистической экспертологии, задачи, стоящие перед лингвистом-экспертом при проведении судебной лингвистической экспертизы, пределы компетенции лингвиста-эксперта.

Лингвистическая экспертиза по гражданским делам о защите чести, достоинства и деловой репутации.

Лингвистическая экспертиза по делам о возбуждении национальной, расовой или религиозной вражды.

Блок 2 Практики. Обязательная часть

Б2.О.01(П) Производственная практика, профессионально-творческая

Данная практика направлена на формирование расширенных представлений о функционировании и развитии коммуникационных структур, получение разностороннего опыта работы в коллективе или в конкретном коммуникационном проекте.

Это подразумевает развитие профессиональных умений и навыков, полученных в процессе второго и третьего года обучения. Места прохождения практики связаны с направленностью образовательной программы. Формы контроля успеваемости: дневник практики, отчет, отзыв организации о практике студента.

Б2.О.02(П) Производственная практика, преддипломная

Преддипломная практика нацелена на подготовку основы выпускной квалификационной работы, являющейся обязательной частью государственной итоговой аттестации. Во время преддипломной практики студенты осуществляют поиск, отбор и изучение всей необходимой для написания ВКР информации. Характер данных материалов зависит от типа и темы ВКР, который определяется направленностью (профилем) образовательной программы. Преддипломная практика проводится в последнем семестре обучения на базе образовательной организации, либо в иных организациях, деятельность которых связана с подготовкой ВКР. Формы контроля по результатам прохождения преддипломной практики: отчет студента о практике с отзывом научного руководителя ВКР.

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

Б2.В.01(У) Учебная практика, профессионально-ознакомительная

Данный вид практики направлен на формирование первоначальных представлений о функционировании различных подразделений / компаний, занятых в сфере рекламы и / или связей с общественностью, способствует формированию первичных навыков профессиональной деятельности. Это подразумевает закрепление начальных профессиональных умений и навыков, полученных в процессе первого года обучения. Обучающиеся направляются в различные СМИ, коммуникационные агентства и профильные подразделения компаний. В качестве целей практики выбирается освоение ряда элементарных трудовых действий, описанных в соответствующих профессиональных стандартах. Место для прохождения практики зависит от направленности (профиля) образовательной программы. Формы контроля успеваемости: дневник практики, отчет студента, отзыв организации о практике.

Блок 3. Государственная итоговая аттестация

Б3.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Цель государственного экзамена – установление уровня подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки.

Б3.02(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Цель защиты выпускной квалификационной работы – оценка степени достижения планируемых результатов освоения образовательной программы: всех универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, отнесенных к тем видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована образовательная программа.

5.4. Рабочие программы дисциплин (модулей) и практик, оценочные средства для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам, методические материалы и программа государственной итоговой аттестации

Все материалы представлены в приложении –
https://rpd.omgpu.ru/student/index?educational_plan=6042Ум

5.5. Программа воспитания

https://omgpu.ru/sites/default/files/obr_modules/rpv_2021.pdf

5.6. Календарный план воспитательной работы

<https://pps.omgpu.ru/print/?page=vospit-publicoop&gp=2022&end=2025&num=6042>

Раздел 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

6.1. Кадровые условия реализации образовательной программы

Не менее 70 процентов численности педагогических работников Организации, 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), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Не менее 5 процентов численности педагогических работников Организации, 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 (имеют 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).

6.2. Учебно-методическое и материально-техническое обеспечение образовательной программы

Представлено в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, программе государственной итоговой аттестации.

6.3. Применяемые механизмы оценки качества программы

Качество образования в ОмГПУ обеспечивается за счет моделирования образовательных результатов, востребованных рынком труда, внедрения в образовательный процесс достижений науки, усиления взаимодействия с работодателями, цифровизации образовательного и обеспечивающих процессов, использования компетентностно-ориентированных образовательных технологий.

Минимальные требования к качеству образования устанавливаются федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования. Дополнительные требования к качеству образования формируются вузом на основе требований профессиональных стандартов, социального заказа, ожиданий работодателей и обучающихся ОмГПУ. Работу по оценке качества образовательной деятельности в университете координирует комиссия ученого совета ОмГПУ по качеству образования.

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВО определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки качества образования.

В целях совершенствования ОПОП ВО ОмГПУ регулярно проводит внутреннюю оценку качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВО с привлечением работодателей и (или) из объединений, иных юридических и (или) физических лиц, включая научно-педагогических работников ОмГПУ.

В университете в рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности обучающимся ОПОП ВО и научно-педагогическим работникам ежегодно предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности в ОмГПУ осуществляется в рамках процедуры государственной аккредитации, а также в ходе независимых оценочных процедур проводимых внешними экспертами (НИИ мониторинга качества образования, Рособрнадзор и др.)

Механизмы оценки качества образования определяются в соответствии с Политикой гарантии качества образования в ОмГПУ (утверждено Ученым советом ОмГПУ 30.10.2020г., протокол №2).

Требования к применяемым механизмам оценки качества основной профессиональной образовательной программы содержатся в Положении об оценке качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета, магистратуры (утверждено Врио ректора ФГБОУ ВО «ОмГПУ» на основании решения ученого совета от 28.06.2019 г., протокол № 9).