

## УТВЕРЖДЕНО

Приказом

Министерства образования и науки

Донецкой Народной Республики

« 19 » 04 2016 г. № 385



# ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВ- ЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕН- НОСТЬЮ (КВАЛИФИКАЦИЯ "БАКАЛАВР")

## I. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

1.1. Настоящий государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования (ГОС ВПО) представляет собой совокупность требований, обязательных при реализации основных образовательных программ подготовки бакалавров по специальности 42.03.01 Реклама и связи с общественностью образовательными организациями высшего профессионального образования (ООВПО) на территории Донецкой Народной Республики (ДНР).

1.2. Право на реализацию основных образовательных программ ООВПО имеет только при наличии соответствующей лицензии, выданной государственными органами исполнительной власти ДНР.

## II. ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СОКРАЩЕНИЯ

В государственном образовательном стандарте используются следующие сокращения:

ВПО – высшее профессиональное образование;

ГОС ВПО – государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования;

ООП – основная образовательная программа;

ОК – общекультурные компетенции;

ОПК – общепрофессиональные компетенции;

ПК – профессиональные компетенции;

ППК – профессионально-прикладные компетенции;

СМИ – средства массовой информации.

## III. ХАРАКТЕРИСТИКА НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ

3.1. Получение образования по программе бакалавриата допускается только в образовательной организации высшего образования (далее - организация).

3.2. Обучение по программам бакалавриата в образовательных организациях осуществляется в очной и заочной формах обучения.

Нормативный срок, общая трудоемкость освоения основных образовательных программ (в зачетных единицах)\* и соответствующая квалификация (степень) приведены в Приложении 1 Таблице 1.

Сроки освоения основной образовательной программы бакалавриата по заочной форме обучения составляют 4 года.

3.3. При реализации программы бакалавриата организация вправе применять электронное обучение и дистанционные образовательные технологии. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии должны предусматривать возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

3.4. Реализация программы бакалавриата возможна с использованием сетевой формы.

3.5. Образовательная деятельность по программе бакалавриата осуществляется на государственных языках Донецкой Народной Республики, если иное не определено локальным нормативным актом организации.

#### **IV. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАКАЛАВРОВ**

4.1. Область профессиональной деятельности бакалавров по специальности 42.03.01 Реклама и связи с общественностью включает:

коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;

медиарилейшнз, медиакommunikации; техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;

технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде;

общественное мнение;

массовую информацию, передаваемую по каналам печатных и интернет-СМИ и адресованную целевым аудиториям печатных и интернет-СМИ с учетом таких социальных конструктов, как: этнос, пол, возраст, социальный статус и пр.

4.2. Объектами профессиональной деятельности выпускников программ бакалавриата являются:

информационно-коммуникативные объекты (издательства, пресс-службы, рекламные и PR-агентства);

государственные структуры разных уровней, органы местного самоуправления;

печатные и интернет- средства массовой информации (газеты, журналы, информационные агентства), теле-, радиокomпании, негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации;

научные и образовательные учреждения и организации.

4.3. Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники программ бакалавриата:

организационно-управленческая;

проектная;

коммуникационная;

рекламно-информационная;

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая.

При разработке и реализации программ бакалавриата образовательная организация ориентируется на конкретный вид (виды) профессиональной деятельности, к которому (которым) готовится бакалавр, исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательского и материально-технического ресурса образовательной организации.

4.4. Бакалавр по специальности 42.03.01 Реклама и связи с общественностью должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

**организационно-управленческая деятельность:**

участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью организации (учреждения, фирмы);

участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

**проектная деятельность:**

участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

подготовка проектной и сопутствующей документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

**коммуникационная деятельность:**

участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

**рекламно-информационная деятельность:**

разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

**рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:**

участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;

написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

## **V. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА**

5.1. В результате освоения программы бакалавриата у выпускника должны быть сформированы общекультурные, общепрофессиональные, профессиональные и профессионально-прикладные компетенции.

5.2. Выпускник программы бакалавриата должен обладать следующими **общекультурными компетенциями (ОК):**

способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);

готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

5.3. Выпускник программы бакалавриата должен обладать следующими **общепрофессиональными компетенциями (ОПК):**

способностью осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

владением знаниями и навыками работы в организациях и подразделениях рекламы/и связей с общественностью (ОПК-2);

обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

умением планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

умением осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

5.4. Выпускник программы бакалавриата должен обладать **профессиональными компетенциями (ПК)**, соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата:

**организационно-управленческая деятельность:**

способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2);

владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

**проектная деятельность:**

владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

способность реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5);

**коммуникационная деятельность:**

способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

**рекламно-информационная деятельность:**

способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

**рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:**

владение компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований (ПК-9);

способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

владение навыками медиамониторинга, написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

5.6. Организация, осуществляющая образовательную деятельность, разрабатывает образовательные программы в соответствии с государственным образовательным стандартом и с учетом соответствующих примерных основных образовательных программ.

5.7. При проектировании программы бакалавриата образовательная организация обязана включить в набор требуемых результатов освоения программы бакалавриата все общекультурные и общепрофессиональные компетенции, а также профессиональные или профессионально-прикладные компетенции, отнесенные к тем видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована данная программа бакалавриата.

5.8. При проектировании программы бакалавриата образовательная организация может дополнить набор компетенций выпускников с учетом ориентации программы на конкретные области знания и (или) вид (виды) деятельности.

5.9. При проектировании программы бакалавриата образовательная организация самостоятельно устанавливает требования к результатам обучения по отдельным дисциплинам (модулям) и практикам с учетом требований примерных основных образовательных программ.

## **VI. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА**

6.1. Структура программы бакалавриата (Приложение 2) включает обязательную часть (базовую) и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную).

6.2. Основная образовательная программа бакалавриата предусматривает изучение следующих учебных блоков (таблица 2):

общенаучный блок;

профессиональный блок

и разделов:

физическая культура;

учебная и производственные (в том числе преддипломная) практики;

итоговая государственная аттестация.

6.2. Каждый учебный блок имеет базовую (обязательную) часть и вариативную (профильную), устанавливаемую ООВПО. Вариативная (профильная) часть дает возможность расширения и (или) углубления знаний, умений, навыков и компетенций, определяемых содержанием базовых (обязательных) дисциплин (модулей), позволяет обучающимся получить углубленные знания и навыки для успешной профессиональной деятельности и (или) продолжения профессионального образования в магистратуре.

6.3. Базовая (обязательная) часть "Общенаучного блока" должна предусматривать изучение следующих обязательных дисциплин: "История", "Философия", "Иностранный язык", Базовая (обязательная) часть "Профессионального блока" должна предусматривать изучение дисциплин «Безопасность жизнедеятельности»

## **VII. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРОВ**

7.1. Образовательные учреждения самостоятельно разрабатывают и утверждают ООП бакалавриата, которая включает в себя учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие воспитание и качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующих образовательных технологий.

Высшие учебные заведения обязаны ежегодно обновлять основные образовательные программы с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы.

7.2. При разработке ООП бакалавриата должны быть определены возможности ООВПО в формировании общекультурных компетенций выпускников (например, компетенций социального взаимодействия, самоорганизации и самоуправления). В ООВПО должна быть сформирована социокультурная среда, созданы условия, необходимые для всестороннего развития личности.

ООВПО обязана способствовать развитию социально-воспитательного компонента учебного процесса, включая развитие студенческого самоуправления, участие обучающихся в работе общественных организаций, спортивных и творческих клубов, научных студенческих обществ.

7.3. Реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов должны быть предусмотрены встречи с представителями зарубежных образовательных учреждений, научных государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью ООП, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин; В целом в учебном процессе они должны составлять не менее 20 процентов аудиторных занятий.

7.4. В учебной программе каждой дисциплины (модуля) должны быть четко сформулированы конечные результаты обучения в соответствии с осваиваемыми знаниями, умениями и приобретаемыми компетенциями в целом по ООП.

Общая трудоемкость дисциплины не может быть менее двух зачетных единиц.

7.5. Основная образовательная программа должна содержать дисциплины по выбору обучающихся в объеме не менее одной трети вариативной части суммарно по блокам Б1, Б2. Порядок формирования дисциплин по выбору обучающихся устанавливает Ученый совет факультета ООВПО.

7.6. Максимальный объем учебной нагрузки обучающихся не может составлять более 54 академических часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению основной образовательной программы и факультативные дисциплины, устанавливаемые ООВПО дополнительно к ООП и являющиеся необязательными для изучения.

Объем факультативных дисциплин не должен превышать 10 зачетных единиц за весь период обучения.

7.7. Максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю при освоении основной образовательной программы в очной форме обучения составляет 30 академических часов.

7.8. В случае реализации ООП бакалавриата в иных формах обучения максимальный объем аудиторных занятий устанавливается в соответствии с Положением об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденным приказом Министерства образования и науки ДНР от 07 августа 2015 г; N 380.

7.9. Общий объем каникулярного времени в учебном году должен составлять 7-10 недель, в том числе не менее двух недель в зимний период.

В высших учебных заведениях, в которых предусмотрена военная и/или правоохранительная служба, продолжительность каникулярного времени обучающихся определяется в соответствии с нормативными правовыми актами, регламентирующими порядок прохождения службы\*\*.

7.10. Раздел "Физическая культура" трудоемкостью две зачетные единицы реализуется:

при очной форме обучения, как правило, в объеме 400 часов, при этом объем практической подготовки, в том числе игровых видов, должен составлять не менее 324 часов.

7.11. ООВПО обязана обеспечить обучающимся реальную возможность участвовать в формировании своей программы обучения, включая возможную разработку индивидуальных образовательных программ.

7.12. ООВПО обязана ознакомить обучающихся с их правами и обязанностями при формировании ООП, разъяснить, что избранные обучающимися дисциплины (модули) становятся для них обязательными.

7.13. ООП бакалавриата ООВПО должна включать лабораторные практики и практические занятия по дисциплинам (модулям) базовой части, формирующим у обучающихся умения и навыки в области иностранного языка, культуры речи, информационных технологий, основ математической обработки информации, психологии, педагогики, методики обучения и воспитания, безопасности жизнедеятельности, физической культуры, а также по дисциплинам (модулям) вариативной части, рабочие программы которых предусматривают цели формирования у обучающихся соответствующих умений и навыков.

7.14. Обучающиеся имеют следующие права и обязанности:

обучающиеся имеют право в пределах объема учебного времени, отведенного на освоение дисциплин (модулей) по выбору, предусмотренных ООП, выбирать конкретные дисциплины (модули);

при формировании своей индивидуальной образовательной программы обучающиеся имеют право получить консультацию в ООВПО по выбору дисциплин (модулей) и их влиянию на будущий профиль подготовки (специализацию);

обучающиеся при переводе из другого высшего учебного заведения при наличии соответствующих документов имеют право на перезачет освоенных ранее дисциплин (модулей) на основании аттестации;

обучающиеся обязаны выполнять в установленные сроки все задания, предусмотренные ООП ООВПО.

7.15. Раздел основной образовательной программы бакалавриата "Учебная и производственная практики" является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Конкретные виды практик определяются ООП ООВПО; Цели и задачи, программы и формы отчетности определяются ООВПО по каждому виду практики.

Практики проводятся в сторонних организациях или на кафедрах и в лабораториях ООВПО (учебная практика), обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом. Учебная практика предполагает отчет студента об итогах практики и отзыв руководителя практики. По результатам аттестации выставляется дифференцированная оценка.

Разделом учебной практики может являться научно-исследовательская работа обучающегося. В случае ее наличия при разработке программы научно-исследовательской работы ООВПО должно предоставить возможность обучающимся:

изучать научно-педагогическую литературу и другую специальную информацию, достижения отечественной и зарубежной науки и образования в соответствующей области знаний;

участвовать в проведении научных исследований или выполнении проектных разработок;

осуществлять сбор, обработку, анализ и систематизацию научно-педагогической информации по теме (заданию);

составлять отчеты (разделы отчета) по теме или ее разделу (этапу, заданию);

выступить с докладом на конференции.

7.16. Реализация основных образовательных программ бакалавриата должна обеспечиваться научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью.

Доля преподавателей, имеющих ученую степень и/или ученое звание, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по данной основной образовательной программе, должно быть не менее 50 процентов; ученую степень доктора наук (в том числе степень, присваиваемую за рубежом, документы о присвоении которой прошли установленную процедуру признания и установления эквивалентности) и/или ученое звание профессора должны иметь не менее восьми процентов преподавателей.

Преподаватели профессионального блока должны иметь базовое образование и/или ученую степень, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины. Не менее 50 процентов преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих учебный процесс по профессиональному блоку, должны иметь ученые степени. К образовательному процессу

возможно привлечение не менее пяти процентов преподавателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций.

До пяти процентов от общего числа преподавателей, имеющих ученую степень и/или ученое звание, может быть заменено преподавателями, имеющими не менее 10 лет стажа практической работы по данному направлению на должностях руководителей или ведущих специалистов.

7.17. Основная образовательная программа должна обеспечиваться учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам (модулям) основной образовательной программы. Содержание каждой из таких учебных дисциплин (модулей) должно быть представлено в сети Интернет или локальной сети образовательного учреждения.

Внеаудиторная работа обучающихся должна сопровождаться методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.

Каждый обучающийся должен быть обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы по основным изучаемым дисциплинам и сформированной на основании прямых договоров с правообладателями.

Библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными и/или электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными за последние 10 лет (для дисциплин базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла - за последние пять лет), из расчета не менее 25 экземпляров таких изданий на каждые 100 обучающихся.

Фонд дополнительной литературы помимо учебной должен включать официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания в расчете 1 - 2 экземпляра на каждые 100 обучающихся.

Электронно-библиотечная система должна обеспечивать возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

Оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными ООВПО и организациями должен осуществляться с соблюдением требований законодательства ДНР об интеллектуальной собственности и международных договоров ДНР в области интеллектуальной собственности. Для обучающихся должен быть обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

7.18. ООВПО, реализующее основные образовательные программы бакалавриата, должно располагать материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов, дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом ООВПО, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Минимально необходимый для реализации ООП бакалавриата перечень

материально-технического обеспечения включает: лингафонные кабинеты, компьютерные классы с выходом в Интернет, аудитории, специально оборудованные мультимедийными демонстрационными комплексами, медиазал, учебные и исследовательские лаборатории (центры), учебно-методический ресурсный центр, методический кабинет или специализированную библиотеку, специализированные спортивные залы и оборудование, специально оборудованные для художественно-творческих занятий аудитории (в соответствии с реализуемым профилем).

При использовании электронных изданий ООВПО должна обеспечить каждого обучающегося во время самостоятельной подготовки рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии с объемом изучаемых дисциплин; Доступ студентов к сети Интернет должен составлять не менее 6 часов на человека в неделю.

ООВПО должна быть обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Первый заместитель Министра  
образования и науки  
Донецкой Народной Республики

М.Н. Кушаков

Приложение 1  
к государственному образовательному  
стандарту высшего профессионального  
образования по направлению  
подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с  
общественностью» (п. 3.2 раздел III)

Таблица 1 - Сроки, трудоемкость освоения ООП  
и квалификация (степень) выпускников

Наименование ООП	Квалификация (степень)		Нормативный срок освоения ООП (для очной формы обучения), включая последипломный отпуск	Трудоемкость (в зачетных единицах)
	Код в соответ- ствии с приня- той классифи- кацией ООП	Наименование		
ООП бакалавриата		бакалавр	<b>4 года</b>	<b>240 ЗЕ*</b>

\*) Одна зачетная единица соответствует 36 академическим часам.

\* трудоемкость основной образовательной программы по очной форме обучения за учебный год равна 60 зачетным единицам.

Приложение 2  
к государственному образовательному  
стандарту высшего профессионального  
образования по направлению  
подготовки «42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью» (п. 6.1 раздел VI)

Таблица 1 - Структура ООП бакалавриата

Код УЦ ОПП	Учебные циклы, разделы и проектируемые результаты их освоения	Трудоемкость (зачетные единицы)*	Перечень дисциплин для разработки примерных программ, а также учебников и учебных пособий	Коды формируемых компетенций
<b>Б.1</b>	<b>ОБЩЕНАУЧНЫЙ БЛОК</b>	20		
	<p><b>Базовая часть</b> <i>В результате изучения базовой части цикла студент должен:</i> <b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные закономерности взаимодействия человека и общества;</li> <li>- основные закономерности историко-культурного развития человека и человечества;</li> <li>- основные механизмы социализации личности;</li> <li>- основные философские категории и проблемы человеческого бытия;</li> <li>- особенности современного развития региональной и мировой экономики;</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации на родном и иностранных языках в учебной и профессиональной деятельности;</li> <li>- анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы;</li> <li>- применять экономические знания в процессе решения задач образовательной и профессиональной</li> </ul>	10	<p>Философия</p> <p>История</p> <p>Иностранный язык</p>	ОК-1,2,3,5; ОПК-5, 6, 9

Продолжение к приложению 2  
к государственному образовательному  
стандарту высшего профессионального  
образования по направлению  
подготовки «42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью» (п. 6.1 раздел VI)

	<p>деятельности; <b>владеть:</b> -технологиями приобретения, использования и обновления гуманитарных, социальных и экономических знаний; - навыками рефлексии, самооценки, самоконтроля;</p>			
	<p><b>Вариативная часть:</b> (знания, умения, навыка определяются ООП ООВПО)</p>	10		ОК-1,2, 3, 6, 7; ОПК-1,2,5,7
<b>В. 2</b>	<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ БЛОК</b>	200		
	<p><b>Базовая часть</b> <b>В результате изучения базовой части цикла студент должен:</b> <b>знать:</b> природу современного информационного общества, основы теории коммуникации, специфику журналистики, ее функции и принципы, особенности массовой информации и коммуникации, основные принципы формирования системы средств массовой информации; иметь представление о современном состоянии системы СМИ с точки зрения ее структуры, организационных форм; отличительные черты различных средств массовой информации, типов и видов СМИ, их базовые типологические признаки; психологические, этические основы журналистики, рекламы и связей с общественностью; историю рекламы и связей с общественностью; правовые основы деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; владеть знаниями в области теории, истории и современного состояния литературы, культуры (отечественной и зарубежной); принципы работы с источниками информации; знать на углубленном уровне особенности новостной журналистики; понимать</p>	160	<p>Безопасность жизнедеятельности и; Русский язык и культура речи в сфере социальных массовых коммуникаций; Теория журналистики; Журналистский практикум: пресса, радио, телевидение, Интернет-журналистика; Журналистские жанры; Введение в специальность; Теория, история и практика рекламы; Теория, история и практика связей с общественностью; Технологии связей с общественностью; Организация деятельности</p>	<p>ОК-6,7,8,9,13,14; ОПК-1,2,3,4, 5, 6. ПК-1,2,3,4,5,6,7,8,9.10,11 ППК – 1,2,3,4,5.</p>

Продолжение к приложению 2  
к государственному образовательному  
стандарту высшего профессионального  
образования по направлению  
подготовки «42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью» (п. 6.1 раздел VI)

<p>современные социальные процессы и явления, особенности развития информационного общества;</p> <p><b>уметь:</b> базироваться на полученных общетеоретических знаниях концептуального характера в профессиональной деятельности; формировать, развивать и поддерживать медиарилейшнз; планировать, организовывать и проводить коммуникационные кампании и мероприятия; формировать благоприятные условия для деятельности субъекта управления путем конструирования в массовом сознании его привлекательного образа, осуществлять деятельность по расширению числа сторонников той или иной социально-экономической программы, политического проекта, мобилизации групп общественности для их поддержки; организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции; осуществлять медиамониторинг, медиапланирование, контент-анализ СМИ; уметь принимать меры по предотвращению и регулированию кризисных ситуаций; владеть навыками имиджмейкинга, брендинга.</p> <p><b>владеть:</b> навыками формирования благоприятной информационной среды для коммуникаций объекта связей с общественностью и его целевых аудиторий; формирования консенсусных коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью; использования информационно-коммуникационных технологий; навыками копирайтинга; социологическим и маркетинговым инструментарием для решения профессиональных задач; креативными стратегиями решения коммуникационных задач в сфере</p>		<p>рекламных агентств и служб связей с общественностью; Этика рекламы и связей с общественностью; Информационные технологии в сфере рекламы и связей с общественностью; Социологические и маркетинговые исследования в сфере рекламы и связей с общественностью; Менеджмент в рекламе и связях с общественностью; Креатив в рекламе и связях с общественностью; Копирайтинг; Медиакритика; Медиаправо; Психология массовых коммуникаций; Теория коммуникаций; Теория и практика речевой коммуникации; Имиджелогия; Корпоративная культура; Мировая и отечественная культура; История русской и мировой литературы и публицистики; Основы научных</p>	
--	--	--	--

Продолжение к приложению 2  
к государственному образовательному  
стандарту высшего профессионального  
образования по направлению  
подготовки «42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью» (п. 6.1 раздел VI)

	рекламы и связей с общественностью; формирования эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации; навыками работы в условиях конвергентной журналистики; методами агрегации, переупаковки и ретрансляции информации, полученной из Интернета, от информационных агентств, органов управления, служб изучения общественного мнения; навыками научного исследования (теоретического и эмпирического) в целях грамотной подготовки рефератов, курсовых и выпускной работы, докладов, сообщений.		медиаисследования.	
	<b>Вариативная часть:</b> (знания, умения, навыка определяются ООП ООВПО)	40		ОК-3,6,7,8,9 ОПК - 1,4,5,6,7, 11 ПК-1,2,3,4,5
<b>Б. 3</b>	<b>ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА</b>	2 400 часов	Физическая культура	ОК -8
<b>Б. 4</b>	<b>УЧЕБНАЯ И ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКИ, НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА</b> (практические умения и навыки определяются ООП ООВПО)	12	Учебная; Производственные по специальности, в том числе преддипломная	
	<b>Учебная практика</b> <b>Знать:</b> основы организации деятельности различных средств массовой информации; пресс-служб органов государственного управления, служб связей с общественностью коммерческих и некоммерческих организаций, рекламных фирм, общественных организаций. <b>Уметь:</b> осуществлять эффективные коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью, организовывать, обеспечивать и осуществлять разработку, создание и распространение рекламной продукции; организовывать			ПК -1,2,3,4,5,7,8, 9,10,11 ППК – 1,2,3,4,5

Продолжение к приложению 2  
к государственному образовательному  
стандарту высшего профессионального  
образования по направлению  
подготовки «42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью» (п. 6.1 раздел VI)

	<p>мероприятия по связям с общественностью, рекламные и ПР-кампании; осуществлять внутренние и внешние коммуникации организации; готовить и редактировать новостные материалы для газет, информационных агентств, телевидения, радио, интернет- и других СМИ.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками использования современных технологий рекламы и связей с общественностью, навыками подготовки аналитических материалов.</p> <p><b>Производственная практика</b></p> <p><b>Знать:</b> особенности организации, управления и контроля организаций, подразделений, осуществляющих деятельность в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p><b>Уметь:</b> разработать концепцию рекламного продукта, рекламной кампании, мероприятия по связям с общественностью, осуществлять медиамониторинг и медиапланирование.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками формирования, развития и поддержания медиарелейшнз, медиакоммуникаций; техниками и технологиями массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологиями и техниками пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирования в рыночной среде; формирования общественного мнения.</p>			
Б.5	<b>ИТОГОВАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АТТЕСТАЦИЯ</b>	6	Комплексный государственный экзамен по теории, истории и практике рекламы и связей с общественностью;	

Продолжение к приложению 2  
к государственному образовательному  
стандарту высшего профессионального  
образования по направлению  
подготовки «42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью» (п. 6.1 раздел VI)

			Защита выпускной работы	
	<b>Общая трудоемкость основной образовательной программы</b>	240		

\* Трудоемкость блоков Б;1, Б;2 и разделов Б;3, Б;4 включает все виды текущей и промежуточной аттестаций