

# ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
Профиль «**Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**»  
Программа подготовки: академический бакалавриат

## Основные сведения

- **Уровень высшего образования:** бакалавриат.
- **Квалификация, присваиваемая выпускникам:** бакалавр.
- **Области профессиональной деятельности:**
  - коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
  - техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
  - технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде;
  - общественное мнение.
- **Объекты профессиональной деятельности:**
  - федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;
  - негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;
  - научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;
  - производственные и сервисные предприятия.
- **Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники:**
  - организационно-управленческая (дополнительный);
  - проектная (дополнительный);
  - коммуникационная (дополнительный);
  - рекламно-информационная (дополнительный);
  - рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая (основной).
- **Профессиональные задачи, которые готов решать выпускник (в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа бакалавриата):**
  - организационно-управленческая деятельность:**
    - участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
    - 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 (технико-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 органа-

ми, 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.

**Планируемые результаты освоения образовательной программы:** выпускник, освоивший программу бакалавриата, обладает общекультурными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями (в соответствии с видом профессиональной деятельности).

**Общекультурные компетенции:**

- 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).

**Общепрофессиональные компетенции:**

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах 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 организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением осуществлять под контролем 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).

## **Профессиональные компетенции:**

### **организационно-управленческая деятельность:**

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынках, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

### **проектная деятельность:**

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

### **коммуникационная деятельность:**

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

### **рекламно-информационная деятельность:**

- способностью 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:**

- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

## **Сведения о профессорско-преподавательском составе**

Квалификация руководящих и научно-педагогических работников организации соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, разделе «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования», утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011 г. № 1н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 23 марта 2011 г., регистрационный № 20237), и профессиональным стандартам (при наличии).

Доля штатных научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) составляет более 50 процентов от общего количества научно-педагогических работников организации.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата составляет более 70 процентов.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих *ученую степень и (или) ученое звание*, в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, составляет более 50 процентов.

Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа *руководителей и работников организаций*, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы бакалавриата (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих программу бакалавриата, составляет более 10 процентов.

#### **Дополнительные сведения**

Программа бакалавриата разработана на основе **ФГОС высшего образования** по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «11» августа 2016 г. № 997.

- **Профиль:** «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».
- **Формы и сроки обучения:** заочная (срок обучения - 5 лет) форма обучения.
- **Объем программы:** 240 зачетных единиц.
- **Содержание** программы: программа включает три блока: «Дисциплины», «Практики», «Государственная итоговая аттестация».

**Блок «Дисциплины»** включает в себя базовую и вариативную части.

*Дисциплины общекультурной подготовки* направлены на развитие преимущественно общекультурных компетенций, и включают такие дисциплины как «История», «Русский язык и культура речи», «Экономика», «Иностранный язык», «Философия», «Технологии организации самостоятельной работы», «Безопасность жизнедеятельности», «Физическая культура и спорт», «Культурология».

*Дисциплины общепрофессиональной подготовки* направлены преимущественно на формирование общепрофессиональных компетенций, установленных ФГОС ВО. К ним относятся следующие дисциплины: «Психология», «Компьютерные технологии», «Основы рекламы и связей с общественностью», «Социология», «Политология», «Основы менеджмента», «Компьютерная графика и дизайн в рекламе», «Основы теории коммуникации», «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Психология рекламы», «Основы маркетинга», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)», «Управление проектами», «Логика и теория аргументации», «Правовое регулирование в профессиональной деятельности», «Социологические исследования», «Экономика фирмы», «Основы брендинга», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Организация и проведение рекламных и PR-кампаний», «Аудит рекламы и связей с общественностью», «Управление имиджем», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Медиапланирование».

*Дисциплины вариативной части* направлены на формирование профессиональных компетенций: «Технологии продаж», «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности», «Стратегический рекламный менеджмент», «Бизнес-проектирование в коммерческой деятельности».

*К дисциплинам по выбору* относятся: «Деловое общение», «Управление корпоративными коммуникациями», «Стилистика и литературное редактирование в рекламе и PR», «Основы работы с рекламными и PR текстами», «Основы конфликтологии», «Управление конфликтами», «PR в современных медиа», «Реклама в современных медиа», «Копирайтинг», «Спичрайтинг», «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Документальное обеспечение консалтинговых услуг в рекламной и PR-деятельности», «Технологии презентации рекламных проектов», «Технологии презентации PR-проектов», «Исследование поведения потребителей», «Исследование продвижения товаров и услуг», «Стратегическое позиционирование», «Сегментный анализ», «Рекламные исследования», «Исследования конкурентов», «Фирменный стиль в рекламе», «Рекламная полиграфия».

*Элективные дисциплины по физической культуре и спорту* направлены на формирование физической культуры личности и укрепления здоровья, на обеспечение дифференцированного подхода к студентам с ограниченными возможностями здоровья. К

ним относятся: «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: прикладная физическая культура», «Элективная дисциплина по физической культуре и спорту: оздоровительные системы физической культуры».

Изучение *факультативов* (необязательных для изучения) «Лексико-грамматический практикум для неязыковых специальностей» и «Модуль адаптационных дисциплин» обеспечит усиление подготовки обучающихся по программе в части формирования общекультурных и профессиональных компетенций.

**Блок «Практики»** включает учебную и производственную, в том числе преддипломную практики:

– *Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (учебно-ознакомительная); практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.* Цель учебной практики – расширение и закрепление теоретических знаний, полученных в процессе обучения, приобретение и совершенствование практических навыков по избранной образовательной программе, подготовку к будущей профессиональной деятельности.

– *Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (аналитическая); научно-исследовательская работа; практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (организационная).*

Цель производственной практики – закрепление и расширение знаний, полученных студентами за время теоретического обучения, а также формирование умения применять их в профессиональной деятельности, совершенствование навыков научно-исследовательской работы, формирование необходимых общекультурных компетенций в соответствии с видами профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся. Во время производственной практики обучающийся осуществляет подбор необходимой исходной информации для выполнения научных и исследовательских задач. Практика осуществляется на предприятиях и в организациях, в учреждениях, имеющих различную отраслевую и юридическую принадлежность, в том числе в органах муниципального, государственного управления, имеющих отделы (подразделения, специалистов в штате) рекламы и/или связей с общественностью. Практика проводится на основе договоров между ФГБОУ ВО «НГПУ» и предприятиями о прохождении практики обучающимися.

– *Преддипломная практика: практика предшествует выполнению обучающимся выпускной квалификационной работы. В процессе её прохождения обучающийся самостоятельно определяет область своей будущей профессиональной деятельности, осуществляет подбор исходной информации, необходимой для выполнения выпускной квалификационной работы, а затем проводит аналитическое и проектное исследование в рамках индивидуального задания, выданного руководителем ВКР.*

**В Блок «Государственная итоговая аттестация»** входит защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты (ВКР). ВКР представляет собой законченную разработку, в которой решается актуальная коммуникационная задача для конкретной организации или индивидуального предпринимателя. Работа выполняется на фактических материалах организаций (предприятий, фирм, компаний, индивидуальных предпринимателей) с использованием различных научных и отчетных данных за последние несколько лет. Выпускная квалификационная работа может быть направлена на решение сложной исследовательской коммуникационной задачи, а полученные в ней результаты в виде проектов и программ, направленных на совершенствование коммуникационной деятельности организации, могут в дальнейшем использоваться для совершенствования деятельности организации в области рекламы и связей с общественностью.

## Организация образовательного процесса

- **Язык образования:** русский.
- **Виды и базы практик:**
  - **учебная практика:** практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (учебно-ознакомительная): ООО «Группа компаний Димирано», ООО «Атлант-НСК», ООО «Автотрейд-НСК», ООО «Людвиг Инвест», ГАУ НО «Издательский дом «Советская Сибирь» редакция газеты «Вечерний Новосибирск», ООО «Альянс», ООО «Фортрейд», АО «Научно-исследовательский институт электронных приборов», ООО «Кафе Труба», кафедра рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «НГПУ».
  - **учебная практика:** практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности: ООО «Группа компаний Димирано», ООО «Атлант-НСК», ООО «Автотрейд-НСК», ООО «Альянс», ООО «Первый круг», ООО «НОФ-3», ООО «Глобал Маркетинг Сервис», ОАО «Экспресс-Пригород», ООО «Автономные системы теплоснабжения и водоотведения», ООО «Мануфактура», ООО «Фортрейд», ООО «Транспортная реклама», ООО «Гарвега», ООО «Радость», кафедра рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «НГПУ».
  - **производственная практика:** практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (аналитическая): МБУ Центр «Молодежный», ТОО «Восток ФОРТ», ООО «Кибердаин Системс Груп», кафедра рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «НГПУ».
  - **производственная практика:** научно-исследовательская работа: ООО «Кибердаин Системс Груп», ООО «СИТ КОНСАЛТ», ЖСК «Ивестор», ТОО «СибирьОйлСактау», кафедра рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «НГПУ».
  - **производственная практика:** практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (организационная): ООО «Кибердаин Системс Груп», ООО «СИТ КОНСАЛТ», ЖСК «Ивестор», ТОО «СибирьОйлСактау», кафедра рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «НГПУ».
  - **преддипломная практика:** практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (преддипломная): с учетом темы ВКР обучающийся выбирает соответствующую базу практики – предприятия, организации и учреждения различных организационно-правовых форм и сфер деятельности: ЗАО «Русская Телефонная Компания», ООО «Кибердаин Системс Груп», ООО «ЕЭмСи», ИП Егорочкин С.А., ИП Турчинова Ю.В., кафедра рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «НГПУ».

**Выпускающая кафедра:** рекламы и связей с общественностью.

### Возможные должности для трудоустройства

Выпускник бакалавр получает общекультурную, профессиональную и профильную подготовку, достаточную для эффективного выполнения профессиональных задач на различных предприятиях и в организациях независимо от их организационно-правовой формы, отраслевой принадлежности, масштабов деятельности и форм собственности на должностях рекламного и коммуникационного (информационного, аналитического) профилей деятельности, в том числе:

- руководители рекламных, маркетинговых и PR-служб предприятий и организаций (коммерческие, некоммерческие организации, муниципальные учреждения, администрации);

- специалисты рекламных, маркетинговых и PR-служб организаций различных отраслей, сфер и форм собственности;
- специалисты и менеджеры рекламных, консалтинговых, коммуникационных и PR-агентств, телевизионных, радиокompаний, интернет-агентств;
- специалисты образовательных и ведомственных научно-исследовательских организаций;
- специалисты органов государственной и муниципальной власти, обладающие профессиональными знаниями коммуникационной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, медиакommunikаций;
- преподаватели рекламных дисциплин в образовательных организациях.

### **Возможности продолжения обучения**

Лица, успешно освоившие программу бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, могут продолжить обучение в магистратуре.

Программа бакалавриата актуализирована (протокол заседания кафедры рекламы и связей с общественностью от 30.06.2017, № 10), одобрена (протокол заседания ученого совета института рекламы и связи с общественностью от 31.08.2017, № 1).

Директор  
института рекламы и связи с  
общественностью



И.В. Архипова