

СОГЛАСОВАНО

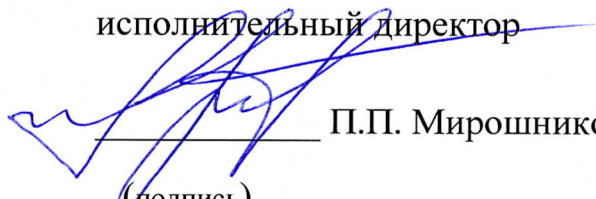
УТВЕРЖДАЮ

Союз предприятий печатной
индустрии ГИПП (СППИ ГИПП)

Ректор Финансового университета

врио Президента,
исполнительный директор


(подпись) С.Е. Прокофьев


(подпись) П.П. Мирошников

« 31 » января 2023 г.

« 10 » января 2023 г.

Образовательная программа высшего образования –
программа бакалавриата

Направление подготовки: 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Образовательная программа: Реклама и связи с общественностью
(наименование образовательной программы)

Профили: Реклама и связи с общественностью, Связи с общественностью в политике и бизнесе (с частичной реализацией на английском языке),

Общественно-политическая и бизнес-журналистика

Руководитель образовательной программы: к.полит.н, доц. Шатилов А.Б.

Департамент/кафедра: Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса

Факультет/Институт: Факультет социальных наук и массовых коммуникаций

Наименование организаций-партнеров: ООО «Школа ИКРА», ООО УК

«Нектарин», Российская ассоциация по связям с общественностью,

Коммуникационное агентство ООО «Новое время», Союз предприятий печатной индустрии (ГИПП)

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Общие сведения об образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата

Образовательная программа высшего образования – программа бакалавриата «Реклама и связи с общественностью», реализуемая Финансовым университетом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (далее – программа бакалавриата), разрабатывается и реализуется в соответствии с основными положениями Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» (от 29.12.2012 № 273-ФЗ) и на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее - ФГОС ВО), утвержден приказом Министерства образования и науки РФ (Минобрнауки России) от 08.06.2017 № 512, с учетом требований рынка труда.

Программа бакалавриата представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, который представлен в виде общей характеристики образовательной программы, учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), практики, оценочных средств и методических материалов, рабочей программы воспитания, календарного плана воспитательной работы, форм аттестации и является адаптированной образовательной программой для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Каждый компонент программы бакалавриата разработан в форме единого документа или комплекта документов. Порядок разработки и утверждения образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и программ магистратуры в Финансовом университете установлен Финансовым университетом на основе Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (приказ Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301). Информация о компонентах программы бакалавриата размещена на официальном сайте Финансового университета в сети «Интернет», на образовательном портале.

1.2. Социальная роль, цели и задачи программы бакалавриата

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

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

Задачами программы бакалавриата являются:

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

1.3. Профили программы бакалавриата

Программа бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью имеет профили:

Реклама и связи с общественностью,

Связи с общественностью в политике и бизнесе (с частичной реализацией на английском языке),

Общественно-политическая и бизнес-журналистика.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

Нормативный срок освоения программы бакалавриата (очная форма обучения) – 4 года.

Трудоемкость программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц.

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата (далее выпускники), 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); сфера рекламы и связей с общественностью.

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

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

Образовательная программа направлена на подготовку высококвалифицированных кадров в сфере рекламы и связей с общественностью и создана специально для тех, кто готов в рамках своей профессиональной деятельности решать социально значимые задачи, связанные с формированием и совершенствованием системы социальных коммуникаций, инициацией информационных потоков, основанных на

доверии и взаимопонимании, обеспечивающих эффективное экономическое, научное и культурное сотрудничество.

Бакалавры по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» профиль «Реклама и связи с общественностью» способны решать следующие профессиональные задачи: организация и проведение рекламных кампаний и PR-мероприятий; создание и продвижение бренда, в том числе, в социальных сетях и мессенджерах; эффективное формирование общественного мнения; взаимодействие со СМИ и подготовка информационных материалов, в том числе для социальных медиа; закупка рекламных площадей; разработка стратегии продвижения товаров и услуг на рынке; производство и распространение рекламной продукции; управление качеством рекламы и PR-продукта и др.

При организации учебного процесса используются современные методы, технологии и приёмы обучения. В рамках реализации образовательной программы ведется активная научно-исследовательская и проектно-творческая работа со студентами по приоритетным направлениям в сфере цифровых коммуникаций, создания аудио и видео-контента.

Возможные профессии выпускников: бренд-менеджер, маркетолог, менеджер по рекламе, проект-маркетолог, event-менеджер, SMM-менеджер, менеджер продуктов в сфере информационных технологий, менеджер по связям с общественностью и др.

Основными потребителями специалистов на рынке труда по данному профилю являются: бизнес-структуры, PR и GR подразделения компаний, средства массовой информации, органы государственной власти и местного самоуправления.

Организацией-партнером программы является digital-агентство ООО УК «Нектарин».

Профиль «Связи с общественностью в политике и бизнесе» (с частичной реализацией на английском языке)

Образовательная программа направлена на подготовку высококвалифицированных PR-специалистов, хорошо ориентирующихся в политической и экономической проблематике. Бакалавры по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» профиль «Связи с общественностью в политике и бизнесе» (с частичной реализацией на английском языке) способны решать следующие профессиональные задачи: обеспечивать политические и бизнес-коммуникации в сети Интернет на русском и английском языках; создавать качественный текстовый, аудио и видео-контент на русском и английском языках; заниматься формированием и поддержанием имиджа; бороться с современными инструментами репутационной дискредитации; воздействовать на общественное мнение, противодействуя распространению фейковых новостей; создавать аналитические и информационные материалы для размещения в СМИ.

В рамках реализации образовательной программы ведется научно - исследовательская работа, основными направлениями которой являются: анализ PR и GR технологий влияния на власть и общественное мнение; исследование проблем современного медиа-рынка России и зарубежных стран; изучение рекламных и маркетинговых стратегий на политическом и политико-экономическом рынке; исследование PR-сопровождения политических и электоральных кампаний; реализация прикладной экспертной и информационно-аналитической деятельности для государственных и бизнес-структур.

Сотрудничество Факультета с работодателями позволяет оптимизировать учебный процесс, акцентировать внимание на наиболее востребованных темах и направлениях, повысить эффективность и широту охвата профессиональных знаний и умений выпускников, которые будут востребованы в органах государственной власти и управления, PR и GR подразделениях коммерческих структур, PR-агентствах и рекламных компаниях, средствах массовой информации, статусных общественных организациях.

Возможные профессии выпускников: журналист, GR-специалист, лоббист, PR-специалист, имиджмейкер, пресс-секретарь, менеджер продуктов в сфере информационных технологий, менеджер по связям с общественностью, спичрайтер и др.

Организациями-партнерами программы выступают: Российская Ассоциация по связям с общественностью, Коммуникационное агентство ООО «Новое время».

Профиль «Общественно-политическая и бизнес-журналистика»

Образовательная программа направлена на подготовку кадров для информационной работы в новом медиапространстве в процессах производства и реализации продукции печатных изданий, телевизионных и радиопрограмм, сетевых изданий. Особенностью подготовки является сочетание технологий журналистской деятельности и управления творческим проектом.

Выпускник профиля подготовлен к выполнению работ по подготовке и созданию информационных материалов как в традиционных, так и в инновационных медиажанрах и медиаформатах, а также к организации выпуска продукции средств массовой информации (СМИ).

Организацией-партнером выступает Союз предприятий печатной индустрии (ГИПП).

3. ТИПЫ ЗАДАЧ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА

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

редакторский, проектный, маркетинговый, организационный, социально-просветительский, технологический.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

В соответствии с ФГОС ВО выпускник, освоивший данную программу бакалавриата, должен обладать следующими универсальными и общепрофессиональными компетенциями:

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	1. Четко описывает состав и структуру требуемых данных и информации, грамотно реализует процессы их сбора, обработки и интерпретации. 2. Обосновывает сущность происходящего, выявляет закономерности, понимает природу variability. 3. Формулирует признак классификации, выделяет соответствующие ему группы однородных «объектов», идентифицирует общие свойства элементов этих групп, оценивает полноту результатов классификации, показывает прикладное назначение классификационных групп. 4. Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности. 5. Аргументированно и логично представляет свою точку зрения посредством и на основе системного описания.
Разработка и реализация проектов	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих	1.Использует знания о правовых нормах действующего законодательства, регулирующих отношения в различных сферах жизнедеятельности. 2. Вырабатывает пути решения конкретной задачи, выбирая оптимальный способ ее реализации, исходя из действующих правовых

		правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	норм и имеющихся ресурсов и ограничений.
Командная работа и лидерство	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	1.Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, эффективно взаимодействует с другими членами команды, участвуя в обмене информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов работы. 2.Соблюдает этические нормы в межличностном профессиональном общении. 3.Понимает и учитывает особенности поведения участников команды для достижения целей и задач в профессиональной деятельности.
Коммуникация	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	1.Использует информационно-коммуникационные ресурсы и технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном языке Российской Федерации. 2.Ведет деловую переписку, учитывая особенности официально-делового стиля и речевого этикета. 3.Ведет деловые переговоры на государственном языке Российской Федерации. 4. Использует лексико - грамматические и стилистические ресурсы на государственном языке Российской Федерации в зависимости от решаемой коммуникативной, в том числе профессиональной, задачи. 5. Использует иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности, выбирая соответствующие вербальные и невербальные средства коммуникации. 6. Реализует на иностранном языке коммуникативные намерения устно и письменно, используя современные информационно-коммуникационные технологии.

			7. Использует приемы публичной речи и делового и профессионального дискурса на иностранном языке. 8. Демонстрирует владения основами академической коммуникации и речевого этикета изучаемого иностранного языка. 9. Грамотно и эффективно пользоваться иноязычными источниками информации. 10. Продуцирует на иностранном языке письменные речевые произведения в соответствии с коммуникативной задачей.
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1. Использует знания о закономерностях развития природы, межкультурного разнообразия общества для формирования мировоззренческой оценки происходящих процессов. 2. Использует навыки философского мышления и логики для формулировки аргументированных суждений и умозаключений в профессиональной деятельности. 3. Работает с различными массивами информации для выявления закономерностей функционирования человека, природы и общества в социально-историческом и этическом контекстах.
Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	1. Управляет своим временем, проявляет готовность к самоорганизации, планирует и реализует намеченные цели деятельности. 2. Демонстрирует интерес к учебе и готовность к продолжению образования и самообразованию, использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков. 3. Применяет знания о своих личностно-психологических ресурсах, о принципах образования в течение всей жизни для саморазвития, успешного выполнения профессиональной деятельности и карьерного роста. использования времени и других ресурсов при решении поставленных

			задач, а также относительно полученного результата.
	УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	1. Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни. 2. Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности.
Безопасность жизнедеятельности	УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	1. Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте, обеспечивая безопасные условия труда. 2. Осуществляет выполнение мероприятий по защите населения и территорий в чрезвычайных ситуациях и военных конфликтах. 3. Находит пути решения ситуаций, связанных с безопасностью жизнедеятельности людей для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества. 4. Действует в экстремальных и чрезвычайных ситуациях, применяя на практике основные способы выживания.
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике. 2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.

Гражданская позиция	УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	1. Демонстрирует знание последствий коррупционных действий, способов профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней.
---------------------	-------	--	---

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория компетенции	Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	1. Создает медиатексты в письменной, аудиальной, визуальной форме в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. 2. Корректирует созданные коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
Общество и государство	ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	1. Мониторит динамику развития общественных и государственных институтов для создания актуального контента медиапродуктов, востребованного целевой аудиторией. 2. Прогнозирует тенденции развития общественных и государственных институтов для оказания воздействия на вектор их эволюции с помощью социально одобряемых технологий.
Культура	ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	1. Использует опыт отечественной и мировой культуры для создания медиапродуктов, работает с культурными кодами целевых аудиторий. 2. Использует этнические, конфессиональные, территориальные символы для репрезентации формы и содержания коммуникационных продуктов.

Аудитория	ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	1. Отвечает на запросы и потребности аудитории в соответствии с ее ожиданиями. 2. Ориентируется в профессиональной деятельности на существующие потребительские предпочтения, формирует новые потребительские предпочтения.
Медиакоммуникационная система	ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этнических норм регулирования	1. Использует в профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. 2. Учитывает формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня.
Технологии	ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	1. Понимает принципы работы современных информационных технологий. 2. Работает с необходимым программным обеспечением, офисной техникой, информационно-коммуникативными технологиями для комплексной постановки и решения задач профессиональной деятельности. 2. Работает с информационно-поисковыми системами в сети Интернет, с открытыми базами данных.
Эффекты	ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	1. Учитывает индивидуальную и коллективную ответственность перед обществом за результаты профессиональной деятельности в соответствии с существующими правовыми и моральными нормами. 2. Следует кодексу профессиональной этики, регулиующего способы достижения целей социально одобряемыми методами.

Общепрофессиональные компетенции формируются дисциплинами (модулями) обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» и Блока 2 «Практика».

Универсальные компетенции формируются дисциплинами обязательной части и части, формируемой участниками образовательных

отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)», а также в период прохождения практики Блока 2 «Практика»».

В виду отсутствия обязательных и рекомендуемых профессиональных компетенций в качестве профессиональных компетенций в программу бакалавриата включены определенные самостоятельно профессиональные компетенции профиля, исходя из профиля программы бакалавриата.

Профессиональные компетенции профиля «Реклама и связи с общественностью» сформированы на основе анализа требований рынка труда, запросов социальных партнеров, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей, где востребованы выпускники с учетом профиля программы бакалавриата.

Наименование направления подготовки с указанием профилей программ бакалавриата	Наименование профессиональных стандартов и (или) наименование социальных партнеров	Код, наименование и уровень квалификации (далее – уровень) обобщенных трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа на основе профессиональных стандартов или требований работодателей – социальных партнеров	Наименование профессиональных компетенций профиля (ПКП) программы бакалавриата, формирование которых позволяет выпускнику осуществлять обобщенные трудовые функции
Образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, профиль программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью»	ООО «Школа ИКРА», ООО УК «Нектарин»	Обобщенные трудовые функции: -Анализ информации и формирование контента; -Создание и продвижение бренда; -Разработка коммуникационных стратегий продвижения товаров и услуг; -Управление качеством рекламы; -Корпоративный PR	• способность осуществить качественный и количественный анализ публичной информации (ПКП-1); • способность определить коммуникационную стратегию и порядок ее реализации в соответствии с социально-политическим моментом (ПКП-2); • способность разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты (ПКП-3); • способность выстроить взаимодействие с акторами

			информационного поля: экспертным сообществом, потребителями, партнерами, клиентами (ПКП-4); • способность использовать цифровые коммуникации для реализации коммуникационной стратегии (ПКП-5)
--	--	--	---

Профессиональные компетенции профиля «Реклама и связи с общественностью» и индикаторы их достижения:

Наименование профессиональных компетенций профиля	Индикаторы достижений профессиональных компетенций профиля
Способность осуществить качественный и количественный анализ публичной информации (ПКП-1)	1.Применяет методы количественного и качественного анализа публичной информации. 2.Работает с большими данными при анализе публичной информации.
Способность определить коммуникационную стратегию и порядок ее реализации в соответствии с социально-политическим моментом (ПКП-2)	1.Таргетирует коммуникационную кампанию в соответствии с социально-политическим моментом. 2.Разрабатывает стратегию интегрированные коммуникации в соответствии с социально-политическим моментом.
Способность разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты (ПКП-3)	1. Применяет методы проектного планирования при разработке коммуникационных проектов. 2. Реализует коммуникационные проекты.
Способность выстроить взаимодействие с акторами информационного поля: экспертным сообществом, потребителями, партнерами, клиентами (ПКП-4)	1.Конструирует сети и каналы взаимодействия с экспертным, сообществом, потребителями, партнерами, клиентами. 2.Осуществляет эффективную коммуникацию с акторами информационного поля.
Способность использовать цифровые коммуникации для реализации коммуникационной стратегии (ПКП-5)	1.Использует цифровые и мобильные коммуникации с целью реализации коммуникационной стратегии. 2.Адаптирует цифровые коммуникации к стратегическим целям.

Профессиональные компетенции профиля «Связи с общественностью в политике и бизнесе (с частичной реализацией на английском языке)» сформированы на основе анализа требований рынка труда, запросов социальных партнеров, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей, где востребованы выпускники с учетом профиля программы бакалавриата.

Наименование направления подготовки с указанием профилей программ бакалавриата	Наименование профессиональных стандартов и (или) наименование социальных партнеров	Код, наименование и уровень квалификации (далее – уровень) обобщенных трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа на основе профессиональных стандартов или требований работодателей – социальных партнеров	Наименование профессиональных компетенций профиля (ПКП) программы бакалавриата, формирование которых позволяет выпускнику осуществлять обобщенные трудовые функции
Направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», профиль программы бакалавриата «Связи с общественностью в политике и бизнесе (с частичной реализацией на английском языке)»	Российская ассоциация по связям с общественностью, Коммуникационное агентство ООО «Новое время»	Обобщенные трудовые функции: -Анализ информации и создание контента; -Разработка проектов и организация публичных коммуникаций, в том числе с акторами власти; -Антикризисные коммуникации; -Воздействие на общественное мнение с использованием PR и GR-технологий	• способность осуществлять анализ публичной информации и готовить информационные материалы на русском и английском языках; (ПКП-1); • способность реализовывать PR и GR-проекты в политической и экономической сферах (ПКП-2); • способность осуществлять эффективные, в том числе антикризисные, коммуникации с политическими и деловыми партнерами, а также СМИ (ПКП-3); • способность эффективно влиять на общественное мнение (ПКП-4)

Профессиональные компетенции профиля «Связи с общественностью в политике и бизнесе (с частичной реализацией на английском языке)» и индикаторы их достижения:

Наименование профессиональных компетенций профиля	Индикаторы достижений профессиональных компетенций профиля
---	--

Способность осуществлять анализ публичной информации и готовить информационные материалы на русском и английском языках (ПКП-1)	1. Осуществляет деятельность по сбору, систематизации и анализу информации на русском и английском языках; 2. Готовит аналитические записки, пресс-релизы, тексты для корпоративных изданий и WEB-ресурсов, информационно-рекламные материалы на русском и английском языках.
Способность реализовывать PR и GR-проекты в политической и экономической сферах (ПКП-2)	1. Определяет наиболее эффективную коммуникационную стратегию в соответствии с социально-политическим моментом; 2. Разрабатывает и реализует коммуникационные проекты в политической и экономической сферах.
Способность осуществлять эффективные, в том числе антикризисные, коммуникации с политическими и деловыми партнерами, а также СМИ (ПКП-3)	1. Организует публичные и непубличные коммуникации организации, информационные события; 2. Применяет методы цифровых коммуникаций для реализации коммуникативной стратегии; 3. Прогнозирует риски и разрабатывает программу антикризисной коммуникации.
Способность эффективно влиять на общественное мнение (ПКП-4)	1. Использует PR-технологии для формирования благоприятного общественного мнения об организации; 2. Использует GR-технологии для формирования коммуникации с органами власти и защиты интересов компании.

Профессиональные компетенции профиля «Общественно-политическая и бизнес-журналистика» сформированы на основе анализа требований рынка труда, запросов социальных партнеров, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей, где востребованы выпускники с учетом профиля программы бакалавриата.

Наименование направления подготовки с указанием профилей программ бакалавриата	Наименование профессиональных стандартов и (или) наименование социальных партнеров	Код, наименование и уровень квалификации (далее – уровень) обобщенных трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа на основе профессиональных стандартов или требований работодателей – социальных партнеров	Наименование профессиональных компетенций профиля (ПКП) программы бакалавриата, формирование которых позволяет выпускнику осуществлять обобщенные трудовые функции

Образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, профиль программы бакалавриата «Общественно-политическая и бизнес-журналистика»	06.009 Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»	А, организация распространения продукции СМИ, 5	Способность организовать доставку продукции СМИ через разные каналы дистрибуции (ПКП-1)
	06.009 Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»	В, организация продвижения продукции СМИ, 6	Способность сформировать понимание ценности продукции СМИ и развивать реальный и потенциальный спрос у конечного потребителя (ПКП-2)
	06.013 Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам»	В, создание и редактирование информационных ресурсов, 5	Способность разрабатывать контент-стратегию, писать тексты и подбирать иллюстрации, проверять контент на соответствие требованиям канала, анализировать эффективность контента на основе веб-аналитики (ПКП-3)
	11.005 Профессиональный стандарт «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации»	А, творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ, 6	Способность отслеживать информационные поводы и планировать деятельность по созданию информационных материалов СМИ (ПКП-4)
	11.008 Профессиональный стандарт «Специалист по производству продукции печатных средств массовой информации»	В, организация и контроль выпуска продукции печатного СМИ, 7	Способность разрабатывать композицию номера издания, отбирать иллюстративный материал, принимать решения по изменению дизайна, заказывать печать тиража и

			принимать выполненную работу (ПКП-5)
--	--	--	--------------------------------------

Профессиональные компетенции профиля «Общественно-политическая и бизнес-журналистика» и индикаторы их достижения:

Наименование профессиональных компетенций профиля	Индикаторы достижений профессиональных компетенций профиля
Способность организовать доставку продукции СМИ через разные каналы дистрибуции (ПКП-1)	1. Организует мониторинг эффективности каналов для дистрибуции продукции СМИ. 2. Обосновывает выбор каналов дистрибуции в показателях коммуникационной и экономической эффективности. 3. Проводит мониторинг процесса доставки продукции СМИ и оценивает реакции аудитории.
Способность сформировать понимание ценности продукции СМИ и развивать реальный и потенциальный спрос у конечного потребителя (ПКП-2)	1. Разрабатывает решения по целевому образу СМИ и развитию отношений с ключевыми стейкхолдерами. 2. Реализует коммуникационные активности по стимулированию рационального и эмоционального отношения к продукции СМИ.
Способность разрабатывать контент-стратегию, писать тексты и подбирать иллюстрации, проверять контент на соответствие требованиям канала, анализировать эффективность контента на основе веб-аналитики (ПКП-3)	1. Разрабатывает контент-стратегию издания для определения конкурентных преимуществ продукции СМИ. 2. Обосновывает выбор визуальных элементов материала для привлечения внимания к продукции СМИ. 3. Анализирует эффективность контента и определяет рекомендации по корректировке.
Способность отслеживать информационные поводы и планировать деятельность по созданию информационных материалов СМИ (ПКП-4)	1. Организует мониторинг текущего и будущего состояния информационного пространства на основе тематических циклов и анонсов событий. 2. Готовит сценарный материал для создания продукции СМИ и составляет график работы. 3. Проверяет информацию для подготовки материала.
Способность разрабатывать композицию номера издания, отбирать иллюстративный материал, принимать решения по изменению дизайна, заказывать печать тиража и принимать выполненную работу (ПКП-5)	1. Разрабатывает модели номера издания на основе контент-стратегии и результатов мониторинга информационного пространства. 2. Обосновывает решения по контенту и дизайну в публикации номера издания. 3. Составляет график процессов подготовки и производства номера издания.

Профессиональные компетенции профиля формируются в ходе освоения дисциплин, входящих в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)», а также в период прохождения практики Блока 2 «Практика».

5. ДОКУМЕНТЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

5.1. Календарный учебный график

Календарный учебный график является приложением к учебному плану, в котором в виде таблицы условными знаками (по неделям) отражены виды учебной деятельности: теоретическое обучение, практики, промежуточная аттестация, государственная итоговая аттестация и периоды каникул.

5.2. Учебный план по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Учебный план разработан по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, разработан в соответствии с ФГОС ВО, требованиями, определенными Порядком разработки и утверждения образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и программ магистратуры в Финансовом университете и другими нормативными документами.

5.3. Рабочие программы дисциплин (модулей)

В целях организации и ведения учебного процесса по программе бакалавриата разработаны и утверждены рабочие программы дисциплин в соответствии с требованиями, определенными в Порядке организации и утверждения образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и программ магистратуры в Финансовом университете, и представлены отдельными документами.

5.4. Программы учебной и производственной практики

В целях организации и проведения практики разработаны и утверждены программы учебной и производственной практики в соответствии с требованиями, определенными в Порядке организации и утверждения образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и программ магистратуры в Финансовом университете, в Положении о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата и программы магистратуры в Финансовом университете. Они представлены отдельными документами.

5.5. Программа государственной итоговой аттестации

Программа государственной итоговой аттестации представлена программой государственного экзамена, перечнем компетенций выпускника, подлежащих оценке в ходе государственного экзамена и требованиями к выпускным квалификационным работам в соответствии с требованиями, определенными в Порядке организации и утверждения образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и программ магистратуры в Финансовом университете, в Порядке проведения государственной итоговой аттестации по программам бакалавриата и программам магистратуры в Финансовом университете, в Положении о

выпускной квалификационной работе по программе бакалавриата в Финансовом университете.

6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

6.1. Кадровое обеспечение реализации программы бакалавриата

Кадровый потенциал, обеспечивающий реализацию программы бакалавриата, соответствует требованиям к наличию и квалификации научно-педагогических работников, установленным ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

Руководитель образовательной программы: Шатилов Александр Борисович, к.полит.н., доцент, декан Факультета социальных наук и массовых коммуникаций.

Руководитель профиля «Реклама и связи с общественностью»: Шатилов Александр Борисович, к.полит.н., доцент, декан Факультета социальных наук и массовых коммуникаций.

Руководитель профиля «Связи с общественностью в политике и бизнесе (с частичной реализацией на английском языке)»: Шатилов Александр Борисович, к.полит.н., доцент, декан Факультета социальных наук и массовых коммуникаций.

Руководитель профиля «Общественно-политическая и бизнес-журналистика»: Мирзаян Геворг Валерьевич, к.полит.н.

Образовательный процесс осуществляется на Факультете социальных наук и массовых коммуникаций. Выпускающий департамент: департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса Факультета социальных наук и массовых коммуникаций (руководитель - Молодцов Игорь Николаевич, к.полит.н.).

6.2. Учебно-методическое обеспечение реализации программы бакалавриата

Программа бакалавриата обеспечена учебно-методической документацией по всем дисциплинам.

В Финансовом университете создан библиотечно-информационный комплекс (далее – БИК), который оснащен компьютерной техникой. Локальная сеть БИК интегрируется в общеуниверситетскую компьютерную сеть с выходом в Интернет, что позволяет студентам обеспечивать возможность самостоятельной работы с информационными ресурсами on-line в читальных залах и медиатеках.

Электронные фонды БИК включают: электронную библиотеку Финансового университета, лицензионные полнотекстовые базы данных на русском и английском языках, лицензионные правовые базы, универсальный фонд CD, DVD ресурсов, статьи, учебные пособия, монографии. Фонд дополнительной литературы, помимо учебной, включает справочно-библиографические и периодические издания.

Фонд отражен в электронном каталоге БИК и представлен на информационно-образовательном портале. Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной библиотеке. Доступ к полнотекстовым электронным коллекциям БИК открыт для пользователей из медиатек с любого компьютера, который входит в локальную сеть Финансового университета и имеет выход в Интернет, а также удаленно. Электронная библиотека и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают одновременный доступ не менее 25% обучающихся по программе. Электронные материалы доступны пользователям круглосуточно.

6.3. Материально-техническое обеспечение реализации программы бакалавриата

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Финансового университета.

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

Конкретные требования к материально-техническому обеспечению определяются в рабочих программах дисциплин.

6.4. Финансовое обеспечение реализации программы бакалавриата

Финансовое обеспечение реализации программы магистратуры осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования — программ магистратуры и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Минобрнауки России.