

Частное образовательное учреждение высшего образования  
Центросоюза Российской Федерации

**СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**

**СОГЛАСОВАНО**

Директор ООО

«Рекламная группа Бренди»

Т.С. МАМОНТОВА

2017г.

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор

В.В. СТЕПАНОВ

протокол заседания Ученого совета

29 марта 2017 г. № 8.

**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

по направлению

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

*Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в  
коммерческой сфере*

*Программа академического бакалавриата*

Квалификация: **Бакалавр**

Срок получения образования по программе – 4 года.

Разработана:

на основе требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 11 августа 2016 г. № 997

с учетом требований профессиональных стандартов:

- 11.006 Редактор средств массовой информации, Приказ Минтруда России от 04.08.2014 г. № 538н;
- 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации, Приказ Минтруда России от 04.08.2014 г. № 535н.

Обсуждена и одобрена на заседании кафедры коммерции, маркетинга, сервиса и рекламы, протокол от 15 февраля 2017 г., № 7.

Новосибирск 2017

# I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ АКАДЕМИЧЕСКОГО БАКАЛАВРИАТА

## 1. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

### 1.1. Область профессиональной деятельности

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу академического бакалавриата, включает:

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.

### 1.2. Объекты профессиональной деятельности

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу академического бакалавриата, являются:

федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов РФ, органы местного самоуправления;  
негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;  
научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;  
производственные и сервисные предприятия.

### 1.3. Виды профессиональной деятельности

Выпускники, освоившие программу академического бакалавриата по направлению 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, готовятся к следующим видам профессиональной деятельности:

**организационно-управленческая деятельность;**  
**рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность;**  
**рекламно-информационная деятельность.**

При разработке и реализации программы академического бакалавриата кафедры университета ориентируются на конкретные виды профессиональной деятельности, к которым готовится бакалавр, исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательских и материально-технических ресурсов университета.

### 1.4 Профессиональные задачи

Выпускник, освоивший программу академического бакалавриата, по направлению 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа академического бакалавриата, будет готов решать следующие профессиональные задачи:

**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;  
**рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:**  
участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;

написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;

**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.

## **2. Планируемые результаты освоения образовательной программы**

В результате освоения программы академического бакалавриата у выпускника будут сформированы общекультурные, общепрофессиональные, профессиональные и профильные компетенции.

### **2.1. Общекультурные компетенции**

Выпускник, освоивший программу академического бакалавриата будет обладать следующими общекультурными компетенциями:

способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные способности 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).

### **2.2. Общепрофессиональные компетенции:**

Выпускник, освоивший программу академического бакалавриата будет обладать следующими общепрофессиональными компетенциями:

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 проводить 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).

### **2.3. Профессиональные компетенции**

Выпускник, освоивший программу академического бакалавриата будет обладать следующими профессиональными компетенциями в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа бакалавриата:

#### **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 рынок, 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);

#### **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).

### **2.4. Профильные компетенции**

Выпускник, освоивший программу академического бакалавриата будет обладать следующими профильными компетенциями:

способностью принимать управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях организации коммуникационных процессов в экономической и социальной сферах (ПрК-1);

способностью участвовать в формировании маркетинговых стратегий продвижения товаров/услуг, согласовании со стратегиями организации в целом (ПрК-2);

способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе, мотивировать сотрудников на активную деятельность, повышение квалификации, общего культурного и профессионального уровня (ПрК-3);

способностью обеспечивать эффективные внешние коммуникации с коммерческими структурами, средствами массовой информации, с государственными учреждениями (ПрК-4);

владением основами проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью по разработке бизнес-идеи, в том числе инновационной, подготовке технического задания, разработке бизнес-плана, составлению договора (ПрК-5);

способностью реализовывать проекты, в том числе инновационные в области рекламы и связей с общественностью (ПрК-6);

владением медиапланированием рекламной кампании, в том числе разработкой графика размещения рекламы и расчетом рекламного бюджета (ПрК-7);

владением технологиями бренд-менеджмента, анализа лояльности к бренду, подготовки PR-акций в формате бренд-коммуникаций (ПрК-8);

способностью использовать разные стили рекламных текстов и PR-текстов в средствах массовой информации: радио, телевидение, интернет, газеты, журналы (ПрК-9);

владением основными методическими процедурами редактирования разных видов рекламных и PR-текстов (ПрК-10).

### **3. Соответствие результатов освоения ООП требованиям профессионального стандарта**

Достижение результатов освоения образовательной программы академического бакалавриата обеспечивает подготовку к выполнению трудовых функций, входящих в профессиональные стандарты.

**3.1.** Профессиональный стандарт 11.006 «Редактор средств массовой информации», утвержден Приказом труда России от 04.08.2014 г. № 538н.

Трудовые функции, к которым подготовлен выпускник, соответствуют уровням (подуровням) квалификации 6.

#### **Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт 11.006 «Редактор средств массовой информации» (функциональная карта вида профессиональной деятельности)**

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
А	Работа над содержанием публикаций СМИ	6	Выбор темы публикации (разработка сценариев)	А/01.6	6
			Подготовка к публикации собственных материалов (работа в эфире)	А/02.6	6
			Отбор авторских материалов для публикации	А/03.6	6
			Редактирование материалов	А/04.6	6

**3.2.** Профессиональный стандарт 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден Приказом труда России от 04.08.2014 г. № 535н.

Трудовые функции, к которым подготовлен выпускник, соответствуют уровням (подуровням) квалификации 6.

**Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт 06.009  
«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» (функциональная карта вида профессиональной деятельности)**

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6
			Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	6
			Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	6
			Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	В/04.6	6

#### 4. Сведения о профессорско-преподавательском составе

Реализация программы академического бакалавриата обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками университета, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы академического бакалавриата на условиях гражданско-правового договора.

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

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень и ученое звание, в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, составляет не менее 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 – не менее 10 процентов.

## 5. Материально-техническое обеспечение

Требования ФГОС ВО к специальным аудиториям, их оснащению	<i>Соответствие требованиям</i>		
	Наименование специальной аудитории	Номер аудитории	Оснащение
<b>Аудитории для проведения занятий лекционного типа: с набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий</b>	Поточные лекционные аудитории	УК1: 101, 134, 203, 215, 229, 236, 401, 501 УК2: 33, 35, 37	Оснащены современными мультимедийными демонстрационными комплексами
<b>Аудитории для занятий семинарского типа, курсового проектирования групповых и индивидуальных консультаций</b>	Терминальные классы	УК1: 209,219	Оснащен компьютерами с соответствующим программным обеспечением с выходом в Интернет
	Маркетинга и менеджмента	УК1: 417, 415,426	Информационный материал
	Менеджмента и маркетинга		
	фото/видеостудия	УК1: 101	Оборудованы современной мебелью Оснащены современными компьютерами с соответствующим программным обеспечением : CorelDRAW Graphics Suite X3 Education MULTI (1-60). Видеокамера (цифровая) – 1 шт. Фотоаппарат (цифровой) – 1 шт. Штатив универсальный – 1 шт. Телевизор ЖК – 2 шт.
	Кабинет иностранного языка	УК2: 30	Специальное оборудование, информационный материал
	Кабинет русского языка культуры речи	УК2: 34	Специальное оборудование, информационный материал
Кабинет социально-экономических дисциплин	УК2: 232	Информационный материал	

	Кабинет математики и статистике	УК1: 140	Специальное оборудование, информационный материал
	Кабинет экономики	УК1: 522	Информационный материал
	Кабинет службы продажи и маркетинга (тренинговые)	УК1: 441	Информационный материал
<b>Аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации</b>		УК1: 317,407, 415, 417,426, 436,441 УК2: 37	Оборудованы современной мебелью и стендами
	Спортивные залы	УК3	спортивные залы с различным спортивным инвентарем
<b>Лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования</b>	Кабинет безопасности жизнедеятельности	УК2: 20, 22	Видеодвойка «JANYO», стенды («Защита от тока», «Измерение параметров микроклимата», «Средства пожаротушения», «Пособие по безопасной работе на предприятиях общественного питания»), плакаты («Действия населения при стихийных бедствиях», «Безопасность жизнедеятельности», «Действие населения при авариях и катастрофах», «Действия при аварии на транспорте», «Безопасность работы на компьютере», «Использование средств индивидуальной защиты», «Схемы заземления и защитные средства»), манекен «Little Anne» (для оказания первой доврачебной помощи), кушетка для манекена процедурная «КП-Н-01 2», носилки санитарные, генератор сигналов низкочастотный «ГЗ-118», комплект шин складных средний «КШТС», набор изделий НИСП-08 фельдшерский д/скорой помощи, противогаз «ГП-5», барометр бытовой модернизированный,



			психрометр МВ-4-2М.
	Лаборатория безопасности жизнедеятельности Лаборатория информационных технологий в профессиональной деятельности	УК2: 20, 22	Специальное лабораторное оборудование Специальное оборудование
<b>Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с подключением к сети «Интер-нет», с доступом к информационной образовательной среде</b>	Компьютерные классы	УК1: 101, 200, 204, 206, 207, 209, 210, 211, 215, 217, 219, 326, 329	Оснащены современными компьютерами с соответствующим программным обеспечением: MicrosoftProject 2010, Бест-маркетинг, Konsi-Segmentation, Konsi-SWOT, Analysis и др.
<b>Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования</b>		УК1: 106	Программные и технические средства для обслуживания компьютерного, мультимедийного и другого цифрового оборудования

## II. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПОНЕНТОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1. Учебный план основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, направленность (профиль) *«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»*, очная форма обучения; утвержден протоколом Ученого совета от 29.03.2017 г. № 8 (в ежегодной редакции).

2. Учебный план основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* направленность (профиль) *«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»*, заочная форма обучения; утвержден протоколом Ученого совета от 29.03.2017 г. № 8 (в ежегодной редакции).

3. Рабочие программы дисциплин.
4. Программы практик.
5. Программа государственной итоговой аттестации.
6. Фонд оценочных средств (как часть рабочих программ).
7. Методические материалы.