

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»



**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки
42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью»

Общий профиль подготовки

Квалификация (степень)
Бакалавр

Москва

2015

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения

1.1. Основная образовательная программа (ООП) бакалавриата, реализуемая вузом по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью», общий профиль подготовки.

1.2. Нормативные документы для разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью».

1.3. Общая характеристика вузовской ООП высшего профессионального образования (ВПО) (бакалавриат) по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью»

1.3.1. Цель (миссия) ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью».

1.3.2. Обоснование выбора дисциплин вариативной части.

1.3.3. Срок освоения ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью».

1.3.4. Трудоемкость ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью».

1.4. Требования к уровню подготовки, необходимые для освоения ООП по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью».

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью»

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника.

3. Компетенции выпускника ООП бакалавриата, формируемые в результате освоения данной ООП ВПО.

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью»

4.1. Годовой календарный учебный график.

4.2. Учебный план подготовки бакалавра.

4.3. Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)

4.3.1. Аннотации программ дисциплин по направлению

подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью».

4.4. Программы учебной и производственной практик

4.4.1. Аннотации программ учебной и производственной практик по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью».

5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» в НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ»

5.1. Кадровое обеспечение реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью».

5.2. Информационное и материально-техническое обеспечение ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью».

6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников.

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью»

7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

7.2. Итоговая государственная аттестация выпускников ООП бакалавриата

7.2.1. Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью».

8. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся

8.1. Система обеспечения качества подготовки обучающихся.

8.2 Система периодического рецензирования образовательной программы.

8.3. Обеспечение компетентности преподавательского состава.

8.4. Системы внешней оценки качества реализации ООП (учета и анализа мнений работодателей, выпускников вуза и других субъектов образовательного процесса).

Приложения

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Основная образовательная программа (ООП) бакалавриата,

реализуемая вузом по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью», общий профиль подготовки

Основная образовательная программа (ООП) бакалавриата, реализуемая вузом по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» и общему профилю подготовки представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную ИГУМОиИТ с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего профессионального образования (ФГОС ВПО), а также с учетом рекомендованной примерной образовательной программы.

ООП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практики, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

1.2. Нормативные документы для разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью»

Нормативную правовую базу разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» составляют:

- Федеральный закон Российской Федерации: «Об образовании» (от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ);

- Типовое положение об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении), утвержденное постановлением Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2008 г. №71 (далее – Типовое положение о вузе);

- Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» высшего профессионального образования (бакалавриат), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «29» марта 2010 г. № 221;

- Нормативно-методические документы Минобрнауки России;

- Устав вуза НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ».

1.3. Общая характеристика вузовской основной образовательной

программы высшего профессионального образования (бакалавриат) по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью»

1.3.1. Цель (миссия) ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью»

Стратегическая цель ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» - подготовка профессионалов нового поколения, обладающих качественной универсальной теоретической и практической подготовкой в области рекламы и связей с общественностью через синтез академических знаний и делового опыта признанных практиков рекламных и PR услуг России.

Целью ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» является подготовка профессионалов, способных эффективно работать в сфере социальных коммуникаций, в первую очередь в сфере рекламы и связей с общественностью, имеющих полный набор личностных качеств, общекультурных и профессиональных компетенций для данной деятельности в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по данному направлению подготовки и требованиями рынка.

Реализуемый профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью» позволяет готовить специалистов, способных поддерживать положительный имидж коммерческого предприятия и продвигать товары и услуги компании в условиях жесткой конкуренции; эффективно работать в различных инновационных проектах, используя новейшие интеллектуальные и коммуникативные технологии.

В соответствии с обозначенной целью ООП основными задачами основной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» являются:

- формирование системного набора компетенций, обеспечивающего высокий уровень конкурентоспособности выпускников, умеющих решать профессиональные проблемы любого уровня сложности;
- формирование у студентов системных представлений о теории социально-коммуникационной деятельности;
- ознакомление студентов с историей и современным положением рекламной и PR-отрасли;
- формирование у студентов умения анализировать коммуникационную практику и делать выводы из этого анализа;
- выработка у студентов культуры письменной и устной речи, а также базовых умений и навыков создания информационных продуктов разных видов и жанров с заданными свойствами с использованием как вербальных

текстов, так и других знаковых систем;

- формирование у студентов организаторских умений в коммуникационной сфере, понимания процессов коммуникации и способов регулирования данных процессов;

- формирование у студентов навыков проектной работы в PR;

- формирование у студентов установки на соблюдение нравственно-этических и правовых норм в профессиональной деятельности;

- формирование у выпускников обязательного профессионального портфолио путем разработки и создания, в рамках реализации практико-ориентированного подхода, собственных проектов.

1.3.2. Обоснование выбора дисциплин вариативной части

Содержание вариативной части основной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» обусловлено реализуемым профилем и сформировано с учетом научной школы и традиций НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ», в соответствии с компетентностной моделью установленной ФГОС ВПО по данному направлению и основной образовательной программой по указанному профилю и обеспечивает подготовку выпускника, способного к высокопроизводительной деятельности в учреждениях и на предприятиях в области информационно-коммуникационной сферы.

Для обеспечения требуемого уровня подготовки по направлению 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» образовательный процесс ведется по принципу сочетания базовых дисциплин ФГОС ВПО и вариативных дисциплин. Последние включают в себя профильную (обязательную) часть и дисциплины по выбору, что обеспечивает совмещение фундаментального характера подготовки с выработкой профессиональных компетенций.

В целях обеспечения подготовки выпускников ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» в цикле гуманитарных и социально-экономических дисциплин (ГСЭ) предусмотрено обязательное изучение дисциплин, установленных ФГСО ВПО: «Иностранный язык», «Отечественная история», «Философия», «Культурология», «Русский язык и культура речи», «Социология», «Экономика», «Логика», «Психология».

В вариативную часть цикла ГСЭ включены следующие дисциплины: «Религиоведение», «Правоведение», «Риторика», «Техника речи», «Конфликтология», «Этикет», «Политология», «История культуры и искусств», «Деловой английский язык», «Второй иностранный язык» и «Политические процессы в современной России и мире».

Цикл математических и естественнонаучных (ЕН) дисциплин включает следующие дисциплины, установленных ФГОС ВПО: «Математика и статистика», «Компьютерные технологии и информатика», «Информационные технологии в рекламе и PR».

В вариативную часть цикла ЕН входит дисциплина «Математические методы в проведении социологических и маркетинговых исследований», «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью».

Для обеспечения подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» в профессиональном цикле предусмотрено изучение дисциплин ФГОС ВПО базовой части, которые входят в четыре модуля. Модуль 1 «Коммуникология» включает следующие дисциплины: «Социология массовых коммуникаций», «Основы теории коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Медиация и ведение переговоров», «Психология общения и с тренингом». Модуль 2 «Интегрированные коммуникации» состоит из дисциплин: «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Основы интегрированных коммуникаций», «Имиджелогия», «Введение в специальность». Модуль 3 «Менеджмент» включает дисциплины: «Основы менеджмента», «Корпоративная культура и внутренние коммуникации», «Стратегический бренд-менеджмент», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью». В модуль 4 «Маркетинг» входят дисциплины: «Основы маркетинга», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Безопасность жизнедеятельности».

В вариативную часть профессионального цикла включены дисциплины, необходимые для формирования профессиональных компетенций в практической области деятельности. Они составляют четыре раздела. Раздел «Литература и составление текстов» включает дисциплины: «История русской литературы», «История зарубежной литературы», «История античной литературы», «Стилистика и литературное редактирование», «Практикум по русскому языку», «Практикум по редактированию текстов», «Копирайтинг», «Написание пресс-релизов». Раздел «Технологии профессиональной деятельности» состоит из дисциплин: «Брендинг», «Медиапланирование», «Планирование и организация PR-мероприятий», «Планирование и организация рекламной кампании», «Профессиональная этика», «Психология креативности с тренингом», «Современная пресс-служба», «Тренинг мотивации и целеполагания». Раздел «Правовое обеспечение профессиональной деятельности», включает дисциплины: «Договорное право», «Авторское право», «Законодательство о рекламе».

В раздел «Технологии создания рекламного и PR-продукта», входят дисциплины: «Основы академического рисунка», «История графического дизайна в рекламе», «Типографика», «Мультимедийные технологии в рекламе и PR» и «Основы проектной графики и макетирование». Этот же раздел включает в себя «Интегрированный практикум».

Наличие перечисленных выше дисциплин в вариативной части позволяет вести подготовку бакалавров соответствующего ФГОС ВПО уровня квалификации. Объем зачетных единиц и часов, выделяемых на изучение циклов дисциплин, полностью соответствует ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью».

Образовательный процесс, включающий в себя перечисленные дисциплины, базируется на принципе единства теории и практики. Реализуя образовательный практико-ориентированный подход к овладению будущей профессией, факультет рекламы и PR обеспечивает подготовку специалистов, умеющих:

- разрабатывать, готовить к выпуску, производить и распространять рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, СМИ;
- участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры;
- участвовать в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;
- участвовать в организации и проведении социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа организации.

С этой целью в НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ» создана «Мастерская рекламы и PR», основной целью которой является выработка у студентов общекультурных и профессиональных компетенций, прописанных в ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью».

Главными задачами «Мастерской рекламы и PR» являются:

- выработка у студентов базовых навыков создания информационных рекламных и PR-продуктов на основе информации, полученной в ходе лекционных занятий и изучения литературы (имеется в виду разработка таких

продуктов, как тексты разных видов и жанров, макеты, сценарии, Интернет-разработки, разработка сценариев и съемка видео роликов и др.);

- совершенствование навыков представления данных информационных продуктов на занятиях (в форме докладов, презентаций и т.д.)

- развитие творческих способностей студентов и их интеллектуальное развитие;

- создание и пополнение портфолио студентов, запаса их оригинальных творческих разработок, пригодных для представления работодателям при устройстве на работу;

- удовлетворение потребности общества в квалифицированных специалистах в сфере коммуникации.

Основными направлениями деятельности «Мастерской рекламы и PR» являются:

- ознакомление с имеющейся рекламной и PR-практикой, как российской, так и мировой;

- оценка положительных и негативных сторон данной практики в ходе занятий;

- разработка рекомендаций по повышению эффективности рекламной и PR-практики;

- разработка и защита собственных информационных рекламных и PR-продуктов;

- разработка и создание собственных рекламных и PR-проектов.

Формы работы «Мастерской рекламы и PR»:

- разбор существующей рекламной и PR-практики (как российской, так и мировой);

- выявление сильных и слабых сторон продуктов рекламы и PR;

- разработка собственных рекламных и PR-продуктов;

- представление своих разработок на различные внутренние и внешние конкурсы.

Активное участие студентов в «Мастерской рекламы и PR» также позволяет студентам:

- участвовать в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью;

- организовывать работу проектных команд;

- подготавливать проектную и сопутствующую документацию (техико-экономические обоснования, технические задания, бизнес-планы, креативные брифы, соглашения, договоры и т.д.).

Бакалавры по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ» получают широкую

гуманитарную подготовку, которая позволяет им занять высокие карьерные позиции в сфере рекламы, PR, маркетинга.

1.3.3. Срок освоения ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью»

Срок освоения ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» составляет:

- для очной формы обучения - 4 года;
- для заочной формы обучения – 5 лет.

1.3.4. Трудоемкость ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью»

Трудоемкость ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» составляет 240 зачетных единиц и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ООП.

Одна зачетная единица соответствует 36 академическим часам. Трудоемкость основной образовательной программы по очной форме обучения за учебный год равна 60 зачетным единицам.

1.4. Требования к уровню подготовки, необходимые для освоения ООП по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью»

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании.

**2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ВЫПУСКНИКА ООП БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ
ПОДГОТОВКИ 42.03.01 (031600) «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

Согласно ФГОС ВПО область профессиональной деятельности выпускника по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» включает в себя:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг,

коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирования в рыночной среде;

- общественное мнение.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются:

- государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, СМИ;
- рекламные, PR-агентства, другие организации, работающие в социально-коммуникационной сфере и занятые созданием информационного продукта;
- отделы рекламы, PR, связей с общественностью и другие структуры организаций, занятых как рыночной, так и другой социальной деятельностью;
- специализированные ивент-агентства, PR-службы организаций;
- научные структуры разных форм и направлений деятельности.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

Специалист по данному направлению подготовки готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

- организационно-управленческая;
- проектная;
- коммуникационная;
- рекламно-информационная;
- рыночно – исследовательская;
- прогнозно – аналитическая.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

Специалист по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности.

Задачи организационно-управленческой деятельности:

- участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
- осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью;
- проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;
- оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;

- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации, осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников.

Задачи проектной деятельности:

- 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.

Задачи коммуникационной деятельности:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, СМИ;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;
- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.

Задачи рекламно – информационной деятельности:

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

Задачи рыночно – исследовательской деятельности:

- участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка;
- участие в организации и проведении социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы;
- проведение рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы.

Задачи прогнозно – аналитической деятельности:

- составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов;
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ООП БАКАЛАВРИАТА, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ ООП ВПО

Результаты освоения ООП бакалавриата определяются приобретаемыми

выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения данной ООП бакалавриата выпускник должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);
- использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- использованием основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);
- способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способностью работать с информацией в глобальных компьютерных

сетях (ОК-13);

- владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14);

- владением новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-15);

- владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития (ОК-16);

- знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

В результате освоения данной ООП бакалавриата выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);

- владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);

- способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);

- способностью под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);

- владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);

- обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного - редактирования, копирайтинга (ПК-6);

- обладает базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7);

- обладает базовыми навыками медиапланирования (ПК-8);

- обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать,

поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

- способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);

- способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);

- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13);

- умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);

- умением использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-15).

Организационно – управленческая деятельность:

- обладать базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7);

- обладать пониманием основ менеджмента и маркетинга (ПК-16);

- знать историю и основные теории менеджмента, владеть основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учёт, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знать основы бизнес-процессов (ПК-17);

- способность оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способность к выработке нестандартных решений (ПК-18);

- 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 за рекламной работой, деятельностью 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-19);

- владеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20);

- владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);

- способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, быть нацеленным на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивации сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22).

Проектная деятельность:

- способность к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);

- владеть навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-24);

- способность реализовать проекты и владеть методами их реализации (ПК-25).

Коммуникационная деятельность:

- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);

- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26);

- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследования (ПК- 27).

Рекламно – информационная деятельность:

- умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);

- способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28).

Рыночно – исследовательская деятельность:

- способность под контролем использовать методики и техники

проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);

- умение использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и некабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-15);

- обладать компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его ёмкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению её конкурентной позиции (ПК-29);

- способность организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации (ПК-30);

- способность организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-31);

- способность подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-32).

Прогнозно – аналитической деятельности:

- способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);

- способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);

- владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);

- владеть навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчётов (ПК-35).

4. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ООП БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 (031600) «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

В соответствии с п.39 Типового положения о вузе и ФГОС ВПО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи

с общественностью», содержание и организация образовательного процесса регламентируется годовым календарным учебным графиком, учебным планом, рабочими программами учебных дисциплин (модулей), программами учебной и производственной практик, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий и руководствуясь общими требованиями к условиям реализации ООП, сформулированными в разделе 7.1 ФГОС ВПО.

4.1. Годовой календарный учебный график

Годовой календарный учебный график приведен в Приложении 1.

4.2. Учебный план подготовки бакалавра

Учебный план подготовки бакалавра приведен в Приложении 2.

4.3. Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)

4.3.1. Аннотации программ дисциплин по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью»

Аннотации программ всех учебных дисциплин как базовой, так и вариативной частей учебного плана, включая дисциплины по выбору студента, даны в Приложении 3.

4.4. Программы учебной и производственной практик

В соответствии с ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» раздел основной образовательной программы бакалавриата «Учебная и производственная практики» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций обучающихся.

4.4.1. Аннотации программ учебной и производственной практик по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью»

Аннотации программ учебной и производственной практик даны в Приложении 4.

5. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ООП БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 (031600) «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» в НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ»

Ресурсное обеспечение ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» в НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ» формируется на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ бакалавриата, определяемых ФГОС ВПО по данному направлению подготовки.

5.1. Кадровое обеспечение реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью»

Преподавание циклов общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин, и общих математических и естественно-научных дисциплин в институте обеспечивают 37 преподавателей, из которых 100% имеют базовое образование или ученую степень, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины. 70% преподавателей, обеспечивающих учебный процесс по указанным циклам, имеют ученые степени и звания, из которых 10% преподавателей имеют степень доктора наук.

Преподавание профессионального цикла дисциплин по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» обеспечивается профессорско-преподавательским составом НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ». Общее руководство содержанием и образовательной частью ООП осуществляют штатные преподаватели.

Все преподаватели имеют базовое высшее профессиональное образование и систематически занимаются 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, составляет 70%.

С учетом особенностей данной ООП, к образовательному процессу по дисциплинам профессионального цикла привлекаются 20% преподавателей из числа практикующих специалистов и 7% из числа руководителей и ведущих специалистов профильных организаций.

5.2. Информационное и материально-техническое обеспечение ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью»

ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» обеспечивается научной, учебной и учебно-методической литературой по всем учебным дисциплинам ООП.

Читальный зал оснащён 14 компьютерами с доступом в интернет, к справочно-правовым базам данных и электронным библиотечным фондам. В читальном зале предоставляется бесплатный доступ в интернет по средствам

технологии Wi-Fi, установленная офисная оргтехника: сканеры и МФУ устройства, позволяющие переводить библиотечные фонды в электронную форму. Доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам возможен также из 4 компьютерных классов (85 компьютеров), учебного офиса (25 компьютеров), иных аудиторий.

В читальном зале внедрена информационная библиотечная система, позволяющая студентам и преподавателям осуществлять поиск необходимой литературы в каталоге непосредственно с рабочего места. Создана электронная библиотека учебно-методической литературы. Обеспечен внешний доступ к ресурсам электронной библиотеки для студентов и преподавателей.

Общий объем библиотечного фонда составляет 86 530 экземпляров изданий, в том числе 79 195 экземпляров учебной литературы.

В настоящее время студентам, сотрудникам и преподавателям Института доступны: институтская электронная библиотека полнотекстовых учебно-методических документов, правовые базы данных «Консультант Плюс» и «Lexpro», электронная библиотечная система «КнигаФонд», содержащая издания по основным изучаемым дисциплинам и сформированная по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы; научная электронная библиотека «Elibrary», обеспечивающая доступ к специализированным периодическим изданиям.

Фонд дополнительной литературы включает официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания.

Основным инструментом, обеспечивающим оперативный доступ к электронным ресурсам библиотеки, является web-сайт Института.

Для реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ» располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся.

Материально-техническое обеспечение учебного процесса при реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» включает в себя:

- 5 компьютерных классов общего пользования с подключением к сети Интернет для работы академических групп с наличием не менее 15 компьютеров;

- специализированные компьютерные классы для организации практикумов;

- 18 аудиторий для проведения лекционных занятий, оборудованных мультимедийными проекторами и другой техникой для презентаций учебного материала;

- современные лицензионные компьютерные программы: «Adobe Photoshop», «InDesign», «Illustrator», «Adobe Premiere Pro»;

- тренинговый зал, оборудованный мягкими креслами и оснащенный современной аудио- и видеотехникой для проведения психологических тренингов;

- специально оборудованная профессиональная фотостудия;

- выставочный зал.

Локальная компьютерная сеть объединяет все кафедры и структурные подразделения. Кафедры и отделы в полной мере обеспечены принтерами, сканерами, различной электронной техникой.

6. ХАРАКТЕРИСТИКИ СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ

Образование – это всегда единый процесс воспитания и обучения. Воспитательная работа в НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ» – органически связанная с обучением целенаправленная и систематическая деятельность, ориентированная как на формирование социально значимых качеств, установок и ценностных ориентаций личности, так и на создание благоприятных условий для всестороннего гармоничного, духовного, интеллектуального и физического развития, самосовершенствования и творческой самореализации личности будущего специалиста.

Специфика воспитательной работы НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ» определяется ролью ВУЗа в современном обществе, особенностями современного студенчества и задачами, которые ставят общество и государство перед высшей школой.

Система воспитательной работы в НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ» включает в себя аудиторную и внеаудиторную работу. В ходе аудиторных занятий дается теоретическая подготовка, ориентированная на духовное развитие, закладывается ценностный фундамент личности. Большая роль в этой работе отводится предметам гуманитарного цикла, задающим социокультурные параметры мировоззрения студентов.

Общей целью воспитательной работы НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ» является подготовка творческих, духовно и интеллектуально развитых специалистов – граждан России, способных внести достойный вклад в её развитие.

Основными задачами воспитательной работы НОЧУ ВПО «ИГУМО и

ИТ» являются:

- создание условий для максимального удовлетворения потребностей студентов в интеллектуальном, культурном, духовно-нравственном и физическом развитии;
- формирование у студентов активной жизненной позиции, уважения к закону и социальной ответственности;
- сохранение и приумножение традиций Института, преемственности, формирование чувства институтской корпоративности и солидарности;
- приобщение студентов к общечеловеческим ценностям и высоким гуманистическим идеалам, воспитание нравственности и интеллигентности;
- воспитание у студентов потребности к саморазвитию, формирование умений и навыков управления коллективом в различных формах студенческого самоуправления;
- обеспечение социально-психологической поддержки студентов, адаптация первокурсников и иногородних студентов к изменившимся условиям жизнедеятельности с целью вхождения в институтскую среду.

Основные принципы воспитательной работы в НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ»:

- системность;
- единство воспитания и обучения;
- гуманизм;
- патриотизм;
- социальная активность;
- личностно ориентированный подход к воспитанию студентов;
- организованность, ответственность, компетентность, профессионализм.

Основные направления воспитательной работы в НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ» отражают ведущие теоретические и методологические положения и принципы, педагогические условия и требования, являющиеся фундаментальными основами организации воспитания студентов в НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ». В основных направлениях в сжатом виде выражается содержание, определяются общие формы и методы воспитательной работы в НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ».

Основными направлениями воспитательной работы в НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ» являются:

- общие организационные мероприятия;
- работа студенческих общественных организаций;
- развитие научной деятельности студентов;
- психологическая работа со студентами;
- внеучебная просветительская работа со студентами;

- физкультурно-спортивное движение;
- организация культурно-массовых и досуговых мероприятий.

Содержание воспитательной работы, конкретизируется в годовых планах воспитательной работы НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ».

Кадровые и организационно-управленческие параметры воспитательной работы НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ» предусматривают формирование особой структуры управления и организации воспитательной работы. Заместитель ректора по воспитательной работе осуществляет деятельность по планированию, организации, координации, управлению всей воспитательной деятельностью НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ». На факультетах воспитательной работой со студентами занимаются заместители деканов и кураторы академических групп.

Проведение воспитательной работы в вузе возможно только при условии создания соответствующей финансовой и материально-технической базы. Финансирование мероприятий, связанных с воспитательной работой, осуществляется за счет собственных средств НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ». Средства, направленные на финансирование воспитательной работы, используются на финансирование:

- мероприятий, включенных в годовые Планы воспитательной работы НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ»;
- материальное стимулирование руководителей структурных подразделений, преподавателей, активно участвующих в воспитательной работе Института;
- поддержку студенческих общественных организаций;
- поощрение студентов, принимающих активное участие в деятельности студенческих общественных организаций, в подготовке и проведении научно-познавательных, культурно-массовых и спортивных мероприятий.

Воспитательная работа в Институте предполагает соответствующее информационное сопровождение. С этой целью на заместителя ректора по воспитательной работе, на начальника отдела по связям с общественностью, на главного специалиста отдела по информационной политике, на студенческие общественные организации возлагается работа по подготовке и регулярному размещению материалов о воспитательной работе в НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ» во всех институтских средствах массовой информации.

Контроль за эффективностью воспитательной работы в НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ» возлагается на Ректорат и Ученый совет НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ». Основными видами контроля являются:

- итоговый контроль, который организуется по результатам учебного года, в форме письменного отчета-анализа о проделанной работе, с

подведением ее итогов;

- текущий контроль, который осуществляется в течение учебного года, охватывая деятельность всех отдельных структурных подразделений, с докладами на ректорате (один раз в месяц);

- обобщающий контроль предусматривает комплексный анализ качества организации, хода и итогов воспитательной работы за определенный период времени;

- тематический контроль предполагает анализ отдельных направлений воспитательной работы.

Система контроля воспитательной работы в НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ» предусматривает осуществление мониторинга качества воспитательной работы. Результаты анализа обсуждаются и оцениваются на заседаниях Ректората и Ученого совета Института.

Анализ воспитательной работы в целом по Институту осуществляет заместитель ректора по воспитательной работе, на факультетах – заместители деканов. Анализ воспитательной работы, проводимой кураторами студенческих групп, представляется куратором в письменной форме заместителю декана факультета в конце учебного года.

Местами для проведения воспитательной работы НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ» являются:

- конференц-зал, оборудованный современной аппаратурой;
- спортивный зал;
- учебный театр;
- кабинет релаксации и психологической разгрузки.

Большое внимание уделяется развитию физкультурно-спортивного движения. В Институте регулярно проводятся Чемпионаты Института среди сотрудников и студентов по мини-футболу, боулингу, футболу, баскетболу, настольному теннису, шахматам. Эти соревнования способствуют пропаганде здорового образа жизни, укреплению духа единства и корпоративной солидарности.

7. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ООП БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ

42.03.01 (031600) «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

В соответствии с ФГОС ВПО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» и Типовым положением о вузе оценка качества освоения обучающимися основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости,

рубежную, промежуточную и итоговую государственную аттестацию обучающихся, которые проводятся в соответствии с:

- Положением «О контроле текущей успеваемости и посещаемости студентов НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ»» (утверждено приказом ректора от 28 декабря 2013 г. №177/017);

- Положением НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ» «О промежуточной аттестации» (утверждено приказом ректора от 28 декабря 2013 г. №176/017);

- Приказом Минобразования РФ «Об утверждении Положения об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений Российской Федерации» (от 25 марта 2003 г. № 1155).

Балльно-рейтинговая система оценки успеваемости студентов реализуется в соответствии с Положением НОЧУ ВПО «ИГУМО и ИТ» «О балльно-рейтинговой системе оценки учебных достижений студентов» (утверждено приказом ректора от 14 декабря 2011 г. № 131а/015).

Успешность изучения отдельных дисциплин оценивается суммой набранных в течение семестра баллов (из 100 возможных) и включает 2 составляющие:

- оценка преподавателем учебной деятельности студента в течение семестра – 80 баллов;

- оценка знаний студента на экзамене – 20 баллов.

В том случае, если по дисциплине предусмотрен зачет, вторая составляющая может отсутствовать или составлять менее 20 баллов при соответствующем увеличении первой составляющей. В любом случае общая сумма баллов в семестре равняется 100.

В течение семестра для студентов очной формы обучения предусматривается 3 контрольные точки (6-я, 11-я и 16-я недели семестра). В эти даты в журнал вносится сумма набранных за прошедший период баллов по данной дисциплине.

Также 10 баллов, которые не входят в 100 баллов по дисциплине, имеются в распоряжении у преподавателя в качестве поощрения студентов за участие в научной деятельности, тематика которой соответствует содержанию изучаемой дисциплины (подготовку докладов и выступлений на научных семинарах и конференциях, опубликование научной работы, активное участие в работе научных студенческих кружков). За посещение занятий студент получает не менее 1 балла в неделю.

Набранные за все составляющие баллы переводятся в привычную систему оценки по следующему принципу:

Количество баллов	Оценка по 5-балльной шкале
-------------------	----------------------------

90-100	5 (отлично)
75-89	4 (хорошо)
60-74	3 (удовлетворительно)
0-59	2 (неудовлетворительно)

В том случае, если в качестве итоговой аттестации по дисциплине предусмотрен зачет без оценки, «зачтено» получает студент, набравший 60 баллов и более.

Студент, набравший менее 60 баллов за семестр, получает неудовлетворительную оценку, которая проставляется в зачетно-экзаменационную ведомость. Студент направляется на пересдачу в соответствии с Положением о промежуточной аттестации.

7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Система оценочных средств по каждому из видов аттестаций закрепляется в виде приложений к рабочим программам дисциплин по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» и включает: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, контрольных работ, зачетов и экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику курсовых работ, рефератов и докладов; задания для подготовки к деловым играм и выполнения индивидуальных и групповых проектов, а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

7.2. Итоговая государственная аттестация выпускников ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью»

Итоговая аттестация выпускника института является обязательной и осуществляется после освоения основной образовательной программы в полном объеме.

Итоговая государственная аттестация включает защиту бакалаврской выпускной квалификационной работы.

7.2.1. Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью»

Выпускная квалификационная работа бакалавра по направлению подготовки 42.03.01 (031600) «Реклама и связи с общественностью» по содержанию может включать описание одного из ниже представленных вариантов (по выбору студента).

Вариант 1. Исследовательская выпускная квалификационная работа с

проектной частью

Работа представляет собой исследование конкретной области современной практики рекламы и связей с общественностью:

- рекламы конкретных товаров и услуг;
- рекламной деятельности конкретного субъекта рынка (фирмы, организации и т.д.);
- фирменного стиля компаний и организаций;
- особенностей рекламных и PR-материалов разных видов и жанров;
- особенностей рекламы, размещаемой в различных каналах и на различных носителях;
- рекламных и PR-кампаний, акций и других мероприятий;
- PR-проектов различного рода и т.д.

Выпускная квалификационная работа, подготовленная в соответствии с данным вариантом, должна состоять из трех глав.

Первая глава – теоретическая, в ней рассматриваются теоретические положения, необходимые для анализа избранной сферы рекламной и PR-практики.

Вторая глава – аналитическая, представляющая собой разбор избранной сферы рекламной и PR-практики с помощью теоретического инструментария, изложенного в первой главе, с аргументированной оценкой положительных и отрицательных сторон исследуемых объектов и рекомендациями по их совершенствованию.

Третья глава – проектная, в которой автор диплома представляет собственный проект, разработанный по избранной теме, учитывающий положительные и отрицательные стороны проанализированной рекламной и PR-практики. В проекте должны получить развитие положительные стороны и предлагаться способы избежать ошибок, выявленных при анализе конкретной практики.

Вариант 2. Полностью проектная выпускная квалификационная работа

Работа представляет собой оригинальный, готовый к реализации профессиональный проект, подготовленный студентом или группой студентов. Такая работа должна состоять, из двух глав:

Первая глава – теоретическая, в ней рассматриваются теоретические положения, необходимые для разработки проекта.

Вторая глава – проектная, в которой автор (авторы) диплома представляет собственный проект, разработанный по избранной теме.

Защита выпускной квалификационной работы проводится в режиме презентации проекта со всеми презентационными материалами (видео, аудио, печатная продукция).

Структура выпускной квалификационной работы:

- введение, в котором: обосновывается актуальность работы; определяются ее цель и задачи; формулируются объект и предмет; определяется степень научной новизны, дается краткое содержание;
- теоретическая, аналитическая, проектная главы, разделенные на параграфы (каждый предыдущий и последующий параграфы должны быть связаны между собой, каждая глава содержать выводы);
- заключение с основными выводами, сделанными по результатам исследования;
- список литературы,
- приложения (при необходимости).

8. ДРУГИЕ НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ И МАТЕРИАЛЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

8.1. Система обеспечения качества подготовки обучающихся

В Институте функционирует система контроля качества подготовки выпускников, которая охватывает все основные элементы учебного процесса: контроль содержания образования; контроль качества подготовки студентов; контроль качества преподавания.

Основой указанной системы является автоматизированная система управления учебным процессом. Указанная система включает следующие подсистемы: «Приемная комиссия», «Деканат», «Учебный отдел», «Рабочие учебные планы» и др. Для решения указанных задач в Институте внедрена ERP-система, которая помогает решать задачи контроля качества подготовки студентов.

Кроме того, Институт включил интернет-тестирование как один из элементов мониторинга качества подготовки студентов во внутривузовскую систему менеджмента качества. Институт является активным пользователем федеральной системы «Интернет-тренажеры в сфере образования».

Важным элементом подсистемы контроля качества преподавания является система открытых занятий. На каждом занятии присутствуют члены факультетской комиссии по качеству, представители ректората и внутривузовских СМИ. Текущая информация о проведенных занятиях размещается на сайте Института. В конце семестра факультетские комиссии по качеству подводят итоги работы.

Другим элементом подсистемы контроля качества преподавания является анкетный опрос «Преподаватель глазами студента», который проводится в конце каждого учебного года.

8.2. Система периодического рецензирования образовательной программы.

На заседаниях кафедр регулярно обсуждаются проблемы, возникающие в ходе реализации ООП, а также пути их решения. По представлению кафедры (как входящей в структуру данного факультета, так и межфакультетской) на заседании деканата может быть принято решение о внесении изменений в ООП по направлению подготовки.

Декан факультета также может представить свои предложения по изменению ООП на основании отслеживания соответствия результатов обучения поставленным целям. При этом учитывается уровень сформированности компетенций обучающихся, темп их формирования, полнота овладения заданными компетенциями.

8.3. Обеспечение компетентности преподавательского состава

Преподаватели вуза регулярно повышают квалификацию в рамках ФПКП Института. Ежегодно реализуется дополнительная профессиональная образовательная программа (ДПОП) повышения квалификации педагогических работников «Обеспечение качества подготовки бакалавров при переходе на компетентностную модель».

8.4. Системы внешней оценки качества реализации ООП (учета и анализа мнений работодателей, выпускников вуза и других субъектов образовательного процесса)

В рамках проведения процедуры самообследования и анализа качества реализации ООП организовано регулярное участие студентов в реализации проекта «Интернет-тренажеры в сфере образования».

В 2013 году образовательные программы института успешно прошли независимую оценку качества образования по сертифицированным аккредитационным педагогическим измерительным материалам в рамках проекта «Федеральный интернет-экзамен в сфере профессионального образования» и получили сертификат качества №128 от 01.07.2013 г.

В целях содействия повышению качества практической подготовки выпускаемых специалистов, обеспечения взаимосвязи между практической подготовкой студентов и дальнейшим трудоустройством выпускников проводятся социологические исследования трудоустройства выпускников и эффективности учебного процесса. За последние 5 лет был опрошен 1151 выпускник. В процессе исследования выясняется перечень дисциплин профессионального цикла, знание которых оказалось наиболее полезным в профессиональной деятельности, а также перечень дисциплин, знаний по которым оказалось недостаточно для профессиональной деятельности. Кроме того, анализировались предложения выпускников по внесению изменений в

учебные планы.

Проректор по учебной работе



К.А. Магомедов

Декан факультета рекламы и PR



Е.В. Мелихова

Заведующий кафедрой рекламы



М.И. Никитин