

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»**

Принята решением  
Ученого совета университета  
от 27.04.2023 г., протокол № 5

«Утверждаю»

Ректор

27 апреля 2023г.

С.В. Замятин



**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Наименование направленности (профиля)  
**Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**

Квалификация (степень)  
**БАКАЛАВР**


Омск, 2023

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере разработана коллективом авторов:

ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»,  
кафедра теоретической и прикладной лингвистики,  
заведующий кафедрой, профессор

 О.С. Иссерс

ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»,  
кафедра теоретической и прикладной лингвистики,  
доцент

 О.А. Зайцева

совместно с внешними экспертами в профессиональной области (работодателями):

ООО «Коперник»,  
директор

 В. Дымченко

ООО «Музыка-кино-Сибирь»,  
исполнительный директор

 К.В. Колясин

Программа рассмотрена на расширенном заседании ученого совета факультета филологии и медиакоммуникаций (протокол № 8 от «25» марта 2021 г.)

Программа разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного Минобрнауки России, приказ № 512 от 08 июня 2017 г.

Декан факультета филологии и медиакоммуникаций

 О.С. Иссерс

## СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**
  - 1.1 Назначение основной профессиональной образовательной программы
  - 1.2 Нормативные документы
  - 1.3 Перечень сокращений
- 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ**
  - 2.1 Общее описание профессиональной деятельности выпускников
  - 2.2 Перечень документов, закрепляющих квалификационные характеристики, соотнесенных с ФГОС ВО
  - 2.3 Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников
- 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**
  - 3.1 Направленность (профиль) образовательной программы
  - 3.2 Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы
  - 3.3 Объем и сроки получения образовательной программы по реализуемым формам обучения
- 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**
  - 4.1 Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
  - 4.2 Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
  - 4.3 Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
- 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**
  - 5.1 Результаты обучения
  - 5.2 Учебный план, включая календарный учебный график
  - 5.3 Рабочие программы дисциплин (модулей)
  - 5.4 Программы практик
  - 5.5 Программа государственной итоговой аттестации
  - 5.6 Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы
- 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ**

## **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **1.1 Назначение основной профессиональной образовательной программы**

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее – ОПОП ВО) регламентирует цели, объем, содержание и планируемые результаты обучения, а также организационно-педагогические условия и технологии реализации образовательного процесса и оценки качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки.

ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере представляет собой систему документов, разработанную совместно с внешними экспертами в профессиональной области с учетом федерального законодательства, потребностей регионального рынка труда, требований федеральных органов исполнительной власти.

Миссия ОПОП заключается в подготовке конкурентоспособного выпускника, готового к решению задач организации рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью коммерческих организаций.

Целью ОПОП ВО является формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций будущих специалистов в соответствии с требованиями ФГОС в области рекламы и связей с общественностью, а также развитие организационных, лидерских качеств, умений работы в команде и самообучения с целью формирования личности, способной ориентироваться в реалиях современного мира и самостоятельно принимать адекватные решения.

### **1.2 Нормативные документы**

- Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного Минобрнауки России, приказ № 512 от 08 июня 2017г.
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 6 апреля 2021года № 245;
- Профессиональный стандарт 06.013 «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022 г. N 420н;
- Профессиональный стандарт 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 № 95н;
- Профессиональный стандарт 08.035 «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 г. N 366н.

### **1.3 Перечень сокращений**

ГИА – государственная итоговая аттестация

з.е. – зачетная единица

ОПК – общепрофессиональные компетенции;

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа;

ОТФ – обобщенная трудовая функция;

ПС – профессиональный стандарт;

ПК – профессиональные компетенции;

УК – универсальные компетенции;

ФОС – фонд оценочных средств;

ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования.

## 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

### 2.1 Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу, могут осуществлять профессиональную деятельность представлены в таблице 1.

Таблица 1

Область профессиональной деятельности	Сферы профессиональной деятельности
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы
	Сфера рекламы и связей с общественностью в коммерческих организациях

**Типы задач** профессиональной деятельности выпускников: организационный, маркетинговый.

Перечень основных **объектов (или областей знания)** профессиональной деятельности выпускников:

текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/ группам общественности;  
организация рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью.

### 2.2 Перечень документов, закрепляющих квалификационные характеристики, соотнесенных с ФГОС ВО

Выпускник направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленности (профиля) Реклама и связи с общественной деятельностью в коммерческой сфере должен быть готов к выполнению обобщенных трудовых (трудовых) функций.

Таблица 2

Перечень обобщенных трудовых (трудовых) функций

Документы, закрепляющие квалификационные характеристики	Обобщенные трудовые функции (ОТФ), трудовые функции (ТФ)
ПС 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»	<b>В</b> Создание и редактирование информационных ресурсов <b>С</b> Управление информационными ресурсами <b>С/01.6</b> Организация работ по созданию и редактированию контента сайтов <b>С/02.6</b> Управление информацией из различных источников <b>С/03.6</b> Контроль за наполнением сайта
ПС 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»	<b>Е</b> Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационной-телекоммуникационной сети «Интернет» <b>Н</b> Проведение исследований в информационной-телекоммуникационной сети «Интернет» <b>И</b> Разработка стратегии продвижения в информационной-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПС 08.035 «Маркетолог»	<b>А</b> Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

### 2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

Области профессиональной деятельности, соотнесенные с типами задач профессиональной деятельности и учитывающие профессиональные задачи, представлены в таблице 3.

Таблица 3

Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
Сфера рекламы и связей с общественностью в коммерческих организациях	Организационный	Организация процессов создания коммуникационного продукта; разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/ группам общественности;
Об Связь, информационные и коммуникационные технологии	Маркетинговый	Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации; управление системой интегрированных коммуникаций в организации; создание и редактирование информационно-коммуникационных продуктов; участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий.	организация рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью

### 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

#### 3.1 Направленность (профиль) образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

#### 3.2 Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы

Бакалавр

#### 3.3 Объем и сроки получения образовательной программы по реализуемым формам обучения

Объем образовательной программы составляет 240 зачетных единиц в соответствии с ФГОС ВО. Объем образовательной программы, реализуемый за один учебный год устанавливается в учебном плане.

## Срок получения по реализуемым формам обучения

Форма обучения	Срок получения образования
очная	4 года

#### 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам должна обеспечивать формирование у выпускника всех компетенций, установленных образовательной программой.

##### 4.1 Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения представлены в таблице 5.

## Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК-1.2. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи УК-1.3. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними УК-2.2. Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта УК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников УК-3.2. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и планирует свои действия для достижения заданного результата в рамках своих полномочий УК-3.3. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за общий результат

Категория (группа) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Выбирает стиль общения в зависимости от цели и условий коммуникации на русском или на иностранном(ых) языке(ах) УК-4.2. Ведет деловую переписку с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем на русском или иностранном(ых) языке(ах) УК-4.3. Выполняет перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на русский, с русского языка на иностранный УК-4.4. Устно осуществляет деловую коммуникацию на русском и иностранном(ых) языке(ах) в рамках межличностного общения
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Интерпретирует историю России в контексте мирового исторического развития УК-5.2. Осуществляет социальное и профессиональное взаимодействие с учетом философских учений, в том числе этических
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	У-6.1. Применяет технологии тайм-менеджмента УК-6.2. Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда
	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Поддерживает должный уровень физической подготовленности с учетом состояния здоровья для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности УК-7.2. Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий
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	УК-8.1. Обеспечивает личную безопасность и безопасные условия труда на рабочем месте, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов УК-8.2. Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения), в том числе на рабочем месте



Категория (группа) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом)
Гражданская позиция	УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-10.1. Знает основы действующего законодательства, иных форм права применительно к профессиональной деятельности, законодательство в сфере противодействия коррупции, экстремизму и терроризму УК-10.2. Уважительно относится к нормам действующего законодательства, иных форм права, в т.ч. в сфере противодействия коррупции, экстремизму и терроризму

#### 4.2 Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения представлены в таблице 6.

Таблица 6

#### Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
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	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов 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	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью

Категория (группа) ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
	освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	и/или коммуникационных продуктов
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Технологии	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и	ОПК-6.1 Понимает принципы работы информационных технологий и программных продуктов ОПК-6.2 Осуществляет выбор программного обеспечения для решения профессиональных

Категория (группа) ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
	использовать их для решения задач профессиональной деятельности	задач
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

#### 4.3 Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Профессиональные компетенции, сформированы на основе профессиональных стандартов и документов, закрепляющих квалификационные характеристики, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, а также, на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники и представлены в таблице 7.

## Профессиональные компетенции и индикаторы их достижений

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
<b>Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый</b>				
<p>Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p>	<p>Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/ группам</p>	<p>ПК-6 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-6.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта  ПК-6.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта  ПК-6.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами</p>	<p>06.013  Специалист по информационным ресурсам   06.043  Специалист по интернет-маркетингу   08.035  Маркетолог</p>
<p>Управление системой интегрированных коммуникаций в организации</p>	<p>общественности; организация рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью.</p>	<p>ПК-7 Разработка стратегии и политики коммуникационной деятельности компании</p>	<p>ПК-7.1. Знает основы предпринимательства в сфере рекламы и связей с общественностью  ПК-7.2 Владеет навыками разработки коммуникационной стратегии и политики организации, включая умения сбора и анализа информации о предпочтениях и поведении целевой аудитории  ПК-7.3. Осуществляет оценку эффективности коммуникационной стратегии</p>	<p>06.043  Специалист по интернет-маркетингу  08.035  Маркетолог</p>
		<p>ПК-8 Реализация коммуникационной стратегии компании на рынках B2C (бизнес для потребителя) и B2B (бизнес для бизнеса)</p>	<p>ПК-8.1. Знает и умеет применять инструменты интегрированных коммуникаций для реализации коммуникационной стратегии фирмы на рынках B2C и B2B  ПК-8.2: Владеет навыками создания рекламного продукта для реализации коммуникационной стратегии на рынках</p>	<p>06.043  Специалист по интернет-маркетингу</p>

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
			В2С и В2В ПК-8.3. Умеет выбрать каналы коммуникаций и организовать взаимодействие с представителями коммуникационной инфраструктуры и потребителями на рынках В2С и В2В, в том числе интернет-среде	
Создание и редактирование информационно-коммуникационных продуктов		ПК-9 Способен организовать работу по созданию коммуникационных продуктов организации с учетом потребностей различных групп общественности в рамках рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью	ПК-9.1 Создает контент для наполнения содержания коммуникационного продукта (сайта) организации и его продвижения в интернет-среде с учетом возможностей различных Интернет-ресурсов ПК-9.1. Осуществляет профессиональные коммуникации в социальных сетях	06.013 Специалист по информационным ресурсам 06.043 Специалист по интернет-маркетингу
Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	Организация рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью.	ПК-10 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-10.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде ПК-10.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде ПК-10.3. Применяет основные технологии организации специальных средств массовой информации мероприятий в работе с различными целевыми группами ПК-10.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	06.013 Специалист по информационным ресурсам  06.043 Специалист по интернет-маркетингу

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
			ПК-10.5. Использует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей технические средства и основные с общественностью, реализации коммуникационного продукта	
<b>Тип задач профессиональной деятельности: организационный</b>				
Организация процесса создания коммуникационного продукта; разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/ группам общественности; организация рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью.	ПК-11 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-11.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПК-11.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-11.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	06.013 Специалист по информационным ресурсам  06.043 Специалист по интернет-маркетингу

## **5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

### **5.1 Результаты обучения**

Совокупность компетенций, установленных образовательной программой:  
универсальные компетенции УК-1 – УК-10;  
общефессиональные компетенции ОПК-1–ОПК-7;  
профессиональные компетенции, соответствующие типам задач профессиональной деятельности, на которые ориентирована образовательная программа: ПК-6–ПК-11.

Компетенции и соответствующие индикаторы достижения компетенций соотнесены с результатами обучения по дисциплинам (модулям), практикам в соответствующих рабочих программах.

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам обеспечивает формирование у выпускника всех компетенций, установленных образовательной программой.

### **5.2 Учебный план, включая календарный учебный график**

Учебный план, включая календарный учебный график, является составной частью образовательной программы и определяет общую структуру подготовки выпускника в соответствии с действующими ФГОС ВО на весь период обучения.

В учебном плане выделяются обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Учебный план, включая календарный учебный график, в период его реализации может корректироваться с учетом развития науки и технологий, запросов работодателей, а также при изменении нормативно-правовой базы.

### **5.3 Рабочие программы дисциплин (модулей)**

Рабочие программы дисциплин (модулей) являются составной частью образовательной программы и включают в себя фонды оценочных средств.

Методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующих образовательных технологий, указываются в рабочих программах дисциплин (модулей).

### **5.4 Программы практик**

Практики являются формой организации образовательной деятельности, при которой обучающиеся выполняют определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью, в рамках практической подготовки.

Образовательной программой предусмотрены следующие типы практик.

Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика.

Производственная практика: профессионально-творческая практика;

Производственная практика: преддипломная практика.

Программы практик являются составной частью образовательной программы и включают в себя перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, а также фонды оценочных средств.

### **5.5 Программа государственной итоговой аттестации**

Государственная итоговая аттестация включает: подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

Программа государственной итоговой аттестации является составной частью образовательной программы и содержит:

- требования к выпускной квалификационной работе и порядку ее выполнения (примерные темы выпускных квалификационных работ), рекомендации обучающимся по подготовке выпускной квалификационной работы, требования к оформлению, требования к докладу, порядку его подготовки, перечень рекомендуемой литературы, процедура проведения и т.п.);

- фонд оценочных средств.

### **5.6 Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы**

Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы являются составной частью образовательной программы и определяют комплекс ключевых характеристик системы воспитательной работы и перечень событий и мероприятий воспитательной направленности.

Учебно-методическое и материально-техническое обеспечение воспитательной работы соответствуют разделу IV ФГОС ВО.

## **6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ**

Условия реализации образовательной программы соответствуют требованиям раздела IV ФГОС ВО.