

Автономная некоммерческая организация
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



Утверждаю

Проректор по учебной работе

Г.А. Шабанов

20 16 г.

**Образовательная программа
высшего образования**

Направление подготовки: реклама и связи с общественностью

Код: 42.03.01

Профиль подготовки: реклама и связи с общественностью в
коммерческом секторе

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Вид бакалавриата: прикладной

Образовательная программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью «29» августа 2016 г., протокол № 1.

Образовательная программа высшего образования (ОП ВО) по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» разработана на основании приказа Министерства образования и науки РФ «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» от 19 декабря 2013 г. № 1367, в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», квалификация (степень) бакалавр, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 года № 997.

Общая трудоемкость освоения образовательной программы (в зачетных единицах) для всех форм обучения составляет 240 зачетных единиц.

Нормативный срок обучения по очной форме — 4 года.

Сроки освоения образовательной программы по очно-заочной и заочной формам обучения, а также в случае сочетания различных форм обучения увеличены на один год относительно нормативного срока обучения по очной форме обучения, на основании решения Ученого совета Университета от «26» июня 2012 года № 46/74.

Образовательная программа по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде следующих компонентов:

1. Общей характеристики образовательной программы.
2. Учебных планов по всем формам обучения.
3. Календарных учебных графиков по всем формам обучения.
4. Рабочих программ дисциплин.
5. Программ практик.
6. Оценочных средств.
7. Методических материалов.

Ускоренное обучение по образовательной программе осуществляется по индивидуальным планам. Разработанная образовательная программа, рабочие программы учебных дисциплин являются общими для обучающихся по индивидуальным планам и обучающихся с полным сроком обучения.

1. Общая характеристика образовательной программы по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»

1.1. Квалификация, присваиваемая выпускникам.

Лицам, завершившим обучение по образовательной программе и успешно прошедшим государственную итоговую аттестацию, на основании решения государственной экзаменационной комиссии присваивается квалификация (степень) «бакалавр» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

1.2. Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники программы:

- коммуникационная;
- рекламно-информационная.

Бакалавр по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

коммуникационная деятельность:

– участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

рекламно-информационная:

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

1.3. Направленность (профиль) образовательной программы.

Исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательского и материально-технического ресурса Университета подготовка бакалавров осуществляется по профилю: реклама и связи с общественностью в коммерческом секторе.

1.4. Планируемые результаты освоения образовательной программы.

1.4.1. Выпускник должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);

готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

1.4.2. Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями:

способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

1.4.3. Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

коммуникационная деятельность:

способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

рекламно-информационная деятельность:

способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

1.5. Организационно-педагогические условия осуществления образовательного процесса

1.5.1. Образовательная программа по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» обновляется ежегодно с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы.

1.5.2. На факультете гуманитарных технологий создается социокультурная среда и условия, необходимые для всестороннего развития личности, развития студенческого самоуправления, участия обучающихся в работе общественных организаций, спортивных и творческих клубов, научных студенческих обществ.

1.5.3. Реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных кейсов, психологические тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

1.5.4. Удельный вес дисциплин по выбору в учебном процессе составляет не менее 30% процентов. Занятия лекционного типа составляют не более 40% процентов аудиторных занятий.

1.5.5. Максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю при освоении основной образовательной программы по очной форме обучения составляет 27 академических часов. С учетом обязательных аудиторных занятий по физической культуре 28 академический час.

1.5.6. Образовательная программа включает практические занятия по следующим дисциплинам, формирующим у обучающихся навыки и умения: Брендинг, Введение в профессию, Коммуникационный менеджмент, Медиаанализ и медиапланирование, Основы журналистики, Основы имиджелогии, Основы маркетинга, Основы менеджмента, Основы теории коммуникации, Практика рекламы, Практика связей с общественностью, Профессиональная этика, Психология массовых коммуникаций, Самореклама, Слоган и текст в рекламе, Современный бизнес рекламы и связей с общественностью, Создание рекламы с использованием компьютерных технологий, Социология массовых коммуникаций, Текст в связях с

общественностью, Техника и технологии рекламного видео, Техника и технологии рекламной фотографии.

1.5.7. Обучающиеся имеют следующие права и обязанности:

- имеют право в пределах объема учебного времени, отведенного на освоение дисциплин (модулей) по выбору, предусмотренных ОП, выбирать конкретные дисциплины (модули);
- при формировании своей индивидуальной образовательной программы имеют право получить консультацию в вузе по выбору дисциплин (модулей) и их влиянию на будущий профиль подготовки;
- при переводе из другого высшего учебного заведения при наличии соответствующих документов имеют право на перезачет освоенных ранее дисциплин (модулей) на основании аттестации;
- обязаны выполнять в установленные сроки все задания, предусмотренные ОП вуза.

1.5.8. Образовательная программа обеспечивается учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам. Содержание каждой учебной дисциплины представлено в сети Интернет и локальной сети Университета.

В настоящее время ОП ВО по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» обеспечивается преимущественно за счет учебников и учебно-методических пособий, рекомендованных Министерством образования и науки РФ. Библиотечный фонд обновляется и пополняется ежегодно.

Профессорско-преподавательский состав кафедры ведет постоянную работу над совершенствованием методических пособий и рекомендаций по освоению дисциплин всех циклов ОП. Библиотека КИС РосНОУ и собственная библиотека факультета гуманитарных технологий (в том числе электронная), помимо учебной и научной литературы включает видео и аудио материалы по изучаемым дисциплинам, образцы контрольных, курсовых и дипломных работ.

Для 100% обучающихся обеспечена возможность осуществления одновременного индивидуального доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks (ЭБС IPRbooks), содержащей издания по основным изучаемым

дисциплинам и сформированной на основании прямых договоров с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

В базе ЭБС IPRbooks содержится более 20 000 изданий — учебники, монографии, журналы по различным направлениям подготовки специалистов высшей школы, другая учебная литература. Основной фонд электронной библиотеки состоит из книг и журналов более 250 ведущих издательств России, поставляющих на рынок литературу для учебного процесса. ЭБС IPRbooks систематически обновляется и пополняется новыми современными и востребованными изданиями, при этом постоянно совершенствуются количественные и качественные характеристики библиотеки.

Все учебники и дополнительная литература доступны неограниченному количеству пользователей ЭБС IPRbooks онлайн 24 часа в сутки.

Библиотечный фонд по направлению подготовки укомплектован печатными и электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными за последние 10 лет (для дисциплин базовой части — за последние пять лет), из расчета более 25 экземпляров таких изданий на каждые 100 обучающихся.

Фонд дополнительной литературы, помимо учебной, включает общественно-политические, справочно-библиографические, научные и специализированные периодические издания в расчете более 2 экземпляров на каждые 100 обучающихся.

Каждый обучающийся по образовательной программе обеспечен не менее чем одним учебным и одним учебно-методическим печатным и электронным изданием по каждой дисциплине профессионального цикла, входящей в образовательную программу (включая электронные базы периодических изданий).

1.5.9. Материально-технические условия для реализации ОП ВО.

Особо стоит отметить существенный прогресс в обеспечении настоящей ОП информационно-компьютерной поддержкой учебного процесса. Студентам предлагается как самостоятельно, так и в ходе практических занятий совершенствовать свои умения и навыки в мультимедийных и компьютерных классах, имеющих выход в интернет:

- учебные занятия проводятся в специализированных аудиториях, удовлетворяющих социальным нормам и обеспеченных необходимой материально-технической базой;
- часть занятий проходит в виде экскурсий и мастер-классов в крупных российских рекламных и PR-агентствах, студиях, издательских домах;
- для самостоятельной работы студентам предлагается современная медиа-лаборатория, компьютерные классы;
- базой для проведения учебных и производственных практик, как правило, выбираются крупные рекламные, брендинговые и PR-агентства, пресс-службы, отделы по рекламе, маркетингу и связям с общественностью;
- научно-исследовательская работа студентов и преподавателей (привлекаемых к реализации настоящей ОП) разворачивается в специализированных аудиториях (медиа-лаборатория, компьютерные классы);
- воспитательная работа со студентами ведется как собственно в стенах вуза, так и выездных мероприятиях (музеи, экскурсии), а также опосредованно через студенческий интернет-сайт университета, специальные страницы в социальных сетях.

1.6.Формы аттестации

1.6.1. Формами аттестации студентов по образовательной программе 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» являются: текущий контроль успеваемости, промежуточная и государственная итоговая аттестация обучающихся.

1.6.2. Текущий контроль проводится в форме контрольных работ, письменных и устных опросов, тестирования, написания рефератов, аналитических обзоров, выполнения научных работ, индивидуального собеседования, коллоквиумов, итоговых занятий по разделам учебных дисциплин.

Конкретные виды текущего контроля успеваемости по учебной дисциплине определяется кафедрой, за которой закреплена данная учебная дисциплина.

1.6.3. Промежуточная аттестация проводится в форме зачетов (зачетов с оценкой), экзаменов, курсовых работ, практик.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям ОП на факультете создан фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Этот фонд включает:

- контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, зачетов и экзаменов;
- тесты и компьютерные тестирующие программы;
- примерную тематику курсовых работ, рефератов, иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенции обучающихся.

1.6.4. Государственная итоговая аттестация выпускников является обязательной и осуществляется после освоения ОП в полном объеме.

Государственная итоговая аттестация бакалавра рекламы и связей с общественностью включает защиту бакалаврской выпускной квалификационной работы (бакалаврская работа) и проводится с целью определения профессиональных компетенций бакалавра рекламы и связей с общественностью, определяющих его подготовленность к решению профессиональных задач, установленных ФГОС ВО по направлению «Реклама и связи с общественностью», способствующим его устойчивости на рынке труда и продолжению образования в магистратуре.

Выпускная квалификационная работа бакалавра рекламы и связей с общественностью должна соответствовать видам и задачам его профессиональной деятельности. Она должна быть представлена в форме рукописи с соответствующим иллюстрационным материалом и библиографией.

Тематика и содержание бакалаврской работы должны соответствовать уровню компетенции, полученных выпускником в объеме базовых дисциплин профессионального цикла ОП бакалавриата и дисциплин выбранной студентом профилизации. Бакалаврская работа должна содержать реферативную часть, отражающую общую профессионализацию эрудицию автора, а также самостоятельную исследовательскую часть, выполненную индивидуально по материалам, собранным или полученным самостоятельно студентом в период прохождения преддипломной практики.

Самостоятельная часть бакалаврской работы должна быть законченным исследованием, свидетельствующим об уровне профессионально-специализированных компетенций автора.

1.7. Сведения о профессорско-преподавательском составе.

1.7.1. Сведения о персональном составе педагогических работников по выпускающей кафедре рекламы и связей с общественностью.

№	Фамилия, имя, отчество	Должность	Преподаваемые дисциплины	Ученая степень	Ученое звание	Наименование направления подготовки/специальности	Данные о повышении квалификации	Стаж работы		Индекс Хирша
								общий	по специальности	
1	Чилингир Елена Юрьевна	Заведующая кафедрой	Введение в профессию, Интертекст и библиографическая культура, Медиа-анализ и медиа-планирование	к. культурологии	—	теория и история культуры, психология, физика	2015 г.	35	19	3
2	Мухин Игорь Владимирович	профессор	Самореклама	д. филос. н., д.э.н.	профессор	экономика, философия, психология	2015 г.	31	21	3
3	Шур Владимир Григорьевич	доцент	Основы теории коммуникаций, Теория связей с общественностью	к.и.н.	доцент	история, язык хинди и литература	2015 г.	37	20	5
4	Королева Оксана Александровна	доцент	Теория рекламы, Профессиональная этика	к.псих.н.	—	связи с общественностью, психология	2016 г.	3	1	н/з
5	Шабунин Александр Станиславович	доцент	Право и СМИ, Социология массовой коммуникации, Техника и технологии рекламного видео, Создание рекламы с использованием компьютерных	к.полит. н.	—	политология	2015 г.	13	13	1
6	Решетников Сергей Николаевич	старший преподаватель	Теория и практика массовой информации, Брендинг	—	—	Историко-архивоведение	2015 г.	42	7	1
7	Бутов Александр Юрьевич	профессор	Социальная психология	д.пед.н.	—	педагогика и психология	2009 г.	25	25	3
8	Бухарбаева Асия Радолевна	доцент	Практика связей с общественностью	к.полит. н.	—	связи с общественностью,		9	9	н/з
9	Жидкова Анастасия Владимировна	Старший преподаватель	Техника и технологии рекламной фотографии	—	—	организация работы с молодежью,	2015 г.	9	9	н/з
10	Адамия	Старший	Брендинг	—	—	реклама	2010 г.	13	13	н/з

	Леонид Сергеевич	преподаватель								
11	Сергеева Людмила Валентиновна	Старший преподаватель	Теория и практика массовой информации	—	—	политология	2014 г.	7	1	н/з

1.7.2. Квалификация руководящих и научно-педагогических работников организации должна соответствовать квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, разделе «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования».

Доля штатных преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок) составляет 65%.

83% преподавателей имеют базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины.

77% преподавателей, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по ОП, имеют ученую степень и (или) ученое звание, в том числе 22% имеют, ученую степень доктора наук (в том числе степень, присваиваемую за рубежом, документы о присвоении которой прошли установленную процедуру признания и установления эквивалентности) и (или) ученое звание профессора.

К образовательному процессу привлечено 20% процентов преподавателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций, имеющих стаж практической работы по данному направлению более 3 лет.

1.8. Обучение Инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Освоение образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 9 ноября 2015 г. № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для

инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» Министерства образования и науки РФ от 08.04.2014г. № АК-44/05вн, «Положением о порядке обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», утвержденным приказом ректора от 6 ноября 2015 года № 60/о, «Положением о службе инклюзивного образования и психологической помощи» АНО ВО «Российский новый университет» от 20 мая 2016 года № 187/о.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом их индивидуальных психофизиологических особенностей и специфики приема-передачи учебной информации.

Предусмотрена возможность обучения по индивидуальному плану и индивидуальному графику посещения учебных занятий.

2. Учебные планы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

2.1. В учебном плане указывается перечень дисциплин, практик, аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации обучающихся, других видов учебной деятельности (далее — виды учебной деятельности) с указанием их объема в зачетных единицах, последовательности и распределения по периодам обучения. В учебном плане выделяется объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем (далее — контактная работа обучающихся с преподавателем) (по видам учебных занятий) и самостоятельной работы обучающихся в академических часах. Для каждой дисциплины (модуля) и практики указывается форма промежуточной аттестации обучающихся.

2.2. Прилагаются:

- учебные планы по очной форме (оригиналы): для обучающихся, с полным сроком обучения, сокращенным сроком обучения на базе высшего образования, индивидуальные учебные планы ускоренного обучения.

- учебные планы по заочной форме (оригиналы): для обучающихся, с полным сроком обучения, сокращенным сроком обучения на базе высшего образования, индивидуальные учебные планы ускоренного обучения.

3. Календарные учебные графики по направлению подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

3.1. В календарном учебном графике указываются периоды осуществления видов учебной деятельности и периоды каникул. Указывается последовательность реализации образовательной программы по годам, включая теоретическое обучение, практики, промежуточную и государственную итоговую аттестацию. Прилагаются:

- календарные учебные графики по очной форме (оригиналы): для обучающихся, с полным сроком обучения, сокращенным сроком обучения на базе высшего образования.
- календарные учебные графики по заочной форме (оригиналы): для обучающихся, с полным сроком обучения, сокращенным сроком обучения на базе высшего образования.

4. Рабочие программы дисциплин

Папка с рабочими программами по учебным дисциплинам прилагается.

5. Программы практик

Содержит программы учебной, производственной и преддипломной практик, которые прилагаются отдельными файлами.

6. Оценочные средства

6.1. Оценочные средства представляются в виде фонда оценочных средств для текущего контроля, промежуточной аттестации обучающихся и для государственной итоговой аттестации.

6.2. Оценочные средства для текущего контроля разрабатываются преподавателями в виде:

- заданий для проведения контрольных работ, при этом количество вариантов контрольных работ определяется кафедрой;
- материалов для проведения письменных и устных опросов;
- тестовых заданий для проведения тестирования знаний обучаемых после освоения отдельных тем (разделов) учебных дисциплин;
- тематики и требований к рефератам по конкретной дисциплине;
- тематики аналитических обзоров;
- тематики, заданий и рекомендаций по написанию и научных работ;
- вопросов, выносимых для индивидуального собеседования;
- проблем коллоквиума;
- планов проведения итоговых занятий по изученным разделам учебной дисциплины, в том числе и виде имитационных упражнений, ролевых и деловых игр, предоставления портфолио и др.

Результаты текущего контроля оцениваются преподавателем по четырехбалльной шкале. Пропуск семинарских (практических занятий) предполагает отработку по пропущенным темам. Форма отработки определяется преподавателем, ведущим семинар (написание реферата по теме пропущенного семинарского занятия, письменный отчет о выполнении практического задания, конспект статьи, проведение промежуточного тестирования знаний и др.). Неотработанный (до начала промежуточной аттестации) пропуск более 50% семинарских занятий по курсу является основанием для не допуска к экзамену по дисциплине.

Прилагается отдельным файлом.

7. Методические материалы

Отдельным файлом прилагается карта формирования компетенций.