**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**
**«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ (УНИВЕРСИТЕТ) МИНИСТЕРСТВА ИНОСТРАННЫХ ДЕЛ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

**Одобрена решением Ученого совета МГИМО МИД России**
**Протокол от 12 апреля 2022 года № 15/22**

**«Утверждаю»**

**Первый проректор МГИМО МИД России**

**Г.П. Толстопятенко**

**«13» апреля 2022 г.**

# ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

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

Направленность (профиль) программы
**Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество**

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения
**очная**

**Москва – 2022 год**

# Оглавление

**Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ....4**

1.1. Основная профессиональная образовательная программа высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.... 4

1.2. Нормативные документы для разработки основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.... 5

1.3. Перечень сокращений.... 6

**Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ....7**

2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников.... 7

2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ОС ВО МГИМО МИД России.... 8

2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников.... 8

**Раздел 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ, РЕАЛИЗУЕМОЙ В РАМКАХ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»....12**

3.1. Направленность основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.... 12

3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.... 12

3.3. Объем основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.... 12

3.4. Формы обучения.... 13

3.5. Срок получения образования.... 13

**Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ....14**

4.1. Требования к планируемым результатам освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическо сотрудничество», обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части.... 14

**РАЗДЕЛ 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ....37**

5.1. Объем обязательной части основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.... 37

5.2 Типы практики основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.... 39

5.3. Учебный план и календарный учебный график основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.... 39

5.4. Рабочие программы дисциплин (модулей) и практик основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.... 40

5.5. Фонды оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью ..... 40

5.6. Программа государственной итоговой аттестации основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью ..... 41

5.7. Рабочая программа воспитания МГИМО МИД России и календарный план воспитательной работы основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью…… …..42

**РАЗДЕЛ 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И МЕЖДУНАРОДНОЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ .....44**

**РАЗДЕЛ 7 СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И МЕЖДУНАРОДНОЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ .....56**

## Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

### 1.1. Основная профессиональная образовательная программа высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (ОПОП ВО) подготовки бакалавров, реализуемая в ФГАОУ ВО «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации» (МГИМО МИД России) по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественность,** представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную МГИМО МИД России с учетом потребностей регионального рынка труда, требований федеральных органов исполнительной власти и соответствующих отраслевых требований в соответствии с собственным образовательным стандартом МГИМО МИД России (ОС ВО МГИМО МИД России) в целях создания студентам условий для приобретения необходимого для осуществления профессиональной деятельности уровня знаний, умений, навыков, опыта деятельности.

Основная профессиональная образовательная программа регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки студентов и включает в себя учебный план, календарный учебный график, рабочие программы дисциплин (модулей), программы практик, программу государственной итоговой аттестации, оценочные средства, методические и иные материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

**1.2. Нормативные документы для разработки основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

- Федеральный закон Российской Федерации: «Об образовании в Российской Федерации» (от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ (в ред. от 31.07.2020 года));
- Приказ Минобрнауки России от 8 июня 2017 г. N 524 Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам магистратуры, программам специалитета, утвержденный приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 года № 301;
- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636;
- Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 05 августа 2020 года № 885 «О практической подготовке обучающихся»;
- Устав ФГАОУ ВО «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации» (от 01.07.2015 г. Приказ № 11500);
- Образовательный стандарт высшего образования МГИМО МИД России по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденный решением Ученого совета МГИМО МИД России от 13.06. 2019 г. № 13/19 (актуализирован решением Ученого совета МГИМО МИД России от 01.07.2021 протокол № 08/21);
- Положение «О государственной итоговой аттестации выпускников МГИМО МИД России», утвержденное Приказом МГИМО МИД России № 403 от 09.06.2016 года;

¶ Положение «О практической подготовке обучающихся МГИМО МИД России», утвержденное Решением Ученого совета МГИМО МИД России (протокол № 02/20 от 30.10.2020 г.).

### 1.3. Перечень сокращений

- ВКР – выпускная квалификационная работа
- ГИА – государственная итоговая аттестация
- ДОПК – дополнительные общепрофессиональные компетенции
- ЕКС – единый квалификационный справочник
- з.е. – зачетная единица
- ОПОП ВО – основная профессиональная образовательная программа высшего образования
- ОТФ – обобщенная трудовая функция
- ОПК – общепрофессиональные компетенции
- ОС ВО МГИМО МИД России – образовательный стандарт высшего образования МГИМО МИД России
- ПК – профессиональные компетенции
- ПС – профессиональный стандарт
- СМИ - средства массовой информации
- ТФ – трудовая функция
- УГСН – укрупненная группа специальностей и направлений
- УК – универсальные компетенции
- ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования
- ФЗ – Федеральный закон

## Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

### 2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Области профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие основную профессиональную образовательную программу высшего образования «Связи с общественностью», могут осуществлять профессиональную деятельность:

- 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии
- 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)
- сфера рекламы и связей с общественностью

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

**Типы задач профессиональной деятельности выпускников:**

авторский;

редакторский;

проектный;

маркетинговый;

организационный;

социально-просветительский;

технологический

**Перечень основных объектов 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.

## 2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ОС ВО МГИМО МИД России

Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ОС ВО МГИМО МИД России по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, приведен в Приложении 1.

## 2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

| **Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)** | **Типы задач профессио-нальной деятельности** | **Задачи профессиональной деятельности** | **Объекты профессиональной деятельности (или области знания)** |
|---|---|---|---|
| **06 Связь, информационные и коммуникационные технологии** | проектный | Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью | 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 |
| | технологический | Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий | 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 |

| | | |
|---|---|---|
| организационный | Организация процесса создания коммуникационного продукта | 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 |
| социально-просветительский | Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта | 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 |
| авторский | Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации | 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 |
| редакторский | Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации | 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 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | маркетинговый | Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации | 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 |
| 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации) | проектный | Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью | 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 |
| | технологический | Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий | 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 |
| | организационный | Организация процесса коммуникационного продукта | 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 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | социально-просветительский | Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта | 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 |
| | авторский | Осуществление Авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации | 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 |
| | редакторский | Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации | 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 |
| | маркетинговый | Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации | 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 |

## Раздел 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ, РЕАЛИЗУЕМОЙ В РАМКАХ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

### 3.1. Направленность основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество», направленная на формирование полноценного профессионала, обладающего необходимым личностным творческим потенциалом, строится с учетом основных задач его профессиональной деятельности для стратегического управления коммуникационной средой в условиях повышения общественной и информационной прозрачности, для организации продуктивной коммуникации, порождающей новые знания, смыслы, идеи, проекты, а также процессов, которые способствуют общественному изменению и развитию.

Владение иностранным языком профессиональной коммуникации позволит выпускникам работать на международном уровне, ориентироваться в процессах глобального характера, следить за тенденциями развития коммуникативных практик и технологий, учитывать опыт международного сообщества специалистов отрасли.

### 3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Бакалавр

### 3.3. Объем основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

240 зачетных единиц (далее - з.е.).

### 3.4. Формы обучения

Очная

### 3.5. Срок получения образования

4 года

## Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И МЕЖДУНАРОДНОЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

### 4.1. Требования к планируемым результатам освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество», обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части

### 4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

| Категория (группа) универсальных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции выпускника | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции |
|---|---|---|
| Системное и критическое мышление | УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | ИУК-1.1<br>Знать основные принципы поиска, сбора, отбора, обработки и обобщения необходимой информации;<br>ИУК-1.2<br>Уметь анализировать задачи, выделяя их базовые составляющие;<br>осуществлять поиск информации для решения поставленных задач; определять и ранжировать информацию, требуемую для решения поставленных задач;<br>ИУК-1.3<br>Владеть навыками обработки информации, интерпретаций, оценки, формирования собственного мнения и суждения, аргументации своих выводов, в том числе с применением философского, мировоззренческого и нравственного понятийного аппарата; |
| Разработка и реализация проектов | УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих | ИУК-2.1<br>Знать правовые нормы, регламентирующие осуществление |

| | | |
|---|---|---|
| | правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | профессиональной деятельности;<br>ИУК-2.2<br>Уметь определять круг задач в рамках профессиональной деятельности, планировать собственную профессиональную деятельность, исходя из имеющихся ресурсов;<br>ИУК-2.3<br>Владеть необходимыми знаниями для определения задач и выбора оптимальных способов их решения для достижения поставленной цели с учетом имеющихся ресурсов и правовых норм; |
| Командная работа и лидерство | УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | ИУК-3.1<br>Знать основные способы и приемы социализации и социального взаимодействия;<br>ИУК-3.2<br>Уметь реализовывать свою роль в команде для достижения поставленной цели с учетом особенностей поведения других членов команды;<br>ИУК-3.3<br>Владеть знаниями норм и правил командной работы; |
| Коммуникация | УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | ИУК-4.1<br>Знать основы устной и письменной коммуникации на русском и иностранном (-ых) языках; основные принципы и правила деловой, академической и профессиональной этики;<br>ИУК-4.2<br>Уметь грамотно, четко и доступно излагать в письменной и/или устной форме научную и профессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языках; создавать тексты официально-делового и научного стилей речи на русском и иностранном |

| | | |
|---|---|---|
| | | (-ых) языках при изложении профессиональных вопросов; редактировать и корректировать официально-деловые, научные и профессиональные тексты на русском и иностранном (-ых) языках;<br>ИУК-4.3<br>Владеть навыками эффективной устной и письменной коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия на русском и иностранном (-ых) языках; |
| Межкультурное взаимодействие | УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | ИУК-5.1<br>Знать категориальный аппарат философии, социологии; законы исторического развития; основы межкультурной коммуникации;<br>ИУК-5.2<br>Уметь анализировать историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп и этносов, философские и этические учения;<br>ИУК-5.3<br>Владеть основами межкультурного разнообразия общества; |
| 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 | ИУК-6.1<br>Знать методы и инструменты управления временем при выполнении задач, проектов, в том числе профессиональных;<br>ИУК-6.2<br>Уметь планировать свое рабочее время и время для саморазвития; ставить цели личностного и профессионального развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда;<br>ИУК-6.3<br>Владеть основами самовоспитания и самообразования, личностного и профессионального развития; |

| | | |
|---|---|---|
| | УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности | ИУК-7.1<br>Знать основы здорового образа жизни и здоровьесберегающие технологии для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки;<br>ИУК-7.2<br>Уметь выполнять комплекс упражнений по физической культуре;<br>ИУК-7.3<br>Владеть системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья; |
| 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 | ИУК-8.1<br>Знать основы безопасности жизнедеятельности; основы техники безопасности на рабочем месте; правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения и военных конфликтов; концепцию устойчивого развития общества, его основные аспекты;<br>ИУК-8.2<br>Уметь оказывать первую помощь в чрезвычайных ситуациях; создавать безопасные условия жизнедеятельности в повседневной жизни и на рабочем месте с учетом сохранения природной среды и обеспечения устойчивого развития общества;<br>ИУК-8.3<br>Владеть навыками обеспечения собственной безопасности, безопасности окружающих и окружающей среды; навыками создания и поддержания в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасных условий жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении |

| | | |
|---|---|---|
| | | чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; |
| Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность | УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | ИУК-9.1<br>Знать базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике;<br>ИУК-9.2<br>Уметь применять метод личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей;<br>ИУК-9.3<br>Владеть финансовыми инструментами для управления личными финансами (личным бюджетом) и контроля собственных экономических и финансовых рисков; |
| Гражданская позиция | УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению | ИУК-10.1<br>Знать суть, причины и последствиями коррупционного поведения, а также механизмы защиты от него;<br>ИУК-10.2<br>Уметь применять на практике знания, полученные в ходе правового обучения;<br>ИУК-10.3<br>Владеть навыками социальной активности в сфере борьбы с коррупцией; |

### 4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

| Категория (группа) общепрофессиональных компетенций | Код и наименование общепрофессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| Продукт профессиональной деятельности | ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | ИОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.<br>ИОПК-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 освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах | ИОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.<br>ИОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью 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 | ИОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.<br>ИОПК-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 | ИОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.<br>ИОПК-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 медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | ИОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ИОПК-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 использовать их для решения задач профессиональной деятельности | ИОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение. ИОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. |

| | | |
|---|---|---|
| Эффекты | ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | ИОПК-7.1.<br>Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.<br>ИОПК-7.2.<br>Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом. |

### 4.1.3. Дополнительные общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

| Наименование категории (группы) дополнительной общепрофессиональной компетенций | Код и наименование дополнительной общепрофессиональной компетенции выпускника | Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции |
|---|---|---|
| | ДОПК-1. Способен применять междисциплинарный подход при изучении основ международных отношений, понимать и уметь анализировать их влияние на внешнюю политику России. | ИДОПК-1.1<br>Знать основные подходы в современных научных исследованиях;<br>методы и технологии, обеспечивающие решение комплексных научных проблем;<br>теории, историю и современное состояние международных отношений; основные понятия теории международных отношений; концепцию внешней политики России;<br>ИДОПК-1.2<br>Уметь применять различные, в том числе междисциплинарный, подходы при изучении и анализе основ международных отношений; анализировать влияние сложившейся международной ситуации на внешнюю политику России;<br>ИДОПК-1.3 |

| | | |
|---|---|---|
| Международные отношения, мировая политика, экономика | | Владеть междисциплинарным подходом при изучении и анализе основ международных отношений; анализировать влияние сложившейся международной ситуации на внешнюю политику России; |
| | ДОПК-2. Способен ориентироваться в основных современных тенденциях развития мировой политики, экономики, понимать их перспективы и возможные последствия для России. | ИДОПК-2.1<br>Знать ключевые концепции, основные понятия, структуру и составляющие мировой политики и экономики;<br>ИДОПК-2.2<br>Уметь анализировать и оценивать влияние мировых политических и экономических процессов на внешнюю и внутреннюю политику России;<br>ИДОПК-2.3<br>Владеть методами анализа влияния мировых политических и экономических процессов на внешнюю и внутреннюю политику России; |
| | ДОПК-3. Способен ориентироваться в основных направлениях внешней политики России и ведущих зарубежных государств. | ИДОПК-3.1<br>Знать теоретические основы понятия «внешняя политика»; сущность, субъекты, средства, функции и методы внешней политики;<br>основные положения концепций внешней политики России и ведущих зарубежных государств;<br>ИДОПК-3.2<br>Уметь использовать теоретические знания для изучения и анализа внешней политики России и ведущих зарубежных государств;<br>ИДОПК-3.3<br>Владеть навыками прикладного и компаративного анализа внешней политики России и ведущих зарубежных государств; |
| | ДОПК-4. Способен ориентироваться в экономической политике национальных экономик, знать | ИДОПК-4.1<br>Знать предпосылки становления основных социально-экономических |

| | | |
|---|---|---|
| | социально-экономические модели стран мира. | моделей стран мира;<br>особенности национальных экономик;<br>ИДОПК-4.2<br>Уметь анализировать и выявлять сильные и слабые стороны основных социально-экономических моделей стран мира;<br>ИДОПК-4.3<br>Владеть логикой и инструментарием анализа социально-экономических моделей с целью определения основных направлений экономической политики той или иной страны мира; |
| | ДОПК-5. Способен ориентироваться в вопросах мировой и глобальной экономики и международных экономических отношениях, а также основах их теорий. | ИДОПК-5.1<br>Знать сущность, виды, структуру, состав и формы международных экономических отношений; основные теории международных экономических отношений; современное состояние мировой и глобальной экономики;<br>ИДОПК-5.2<br>Уметь ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития мировой и глобальной экономики и международных экономических отношениях на основе анализа социально-экономических показателей;<br>ИДОПК-5.3<br>Владеть навыками анализа и прогнозирования проблем развития мировой и глобальной экономики и международных экономических отношений; |
| | ДОПК-6. Способен анализировать отраслевую структуру экономики России и ориентироваться в основных направлениях ее экономической политики. | ИДОПК-6.1<br>Знать базовые теории экономического анализа;<br>ИДОПК-6.2<br>Уметь анализировать экономическую политику России;<br>ИДОПК-6.3<br>Владеть навыками анализа социально-экономических |

| | | |
|---|---|---|
| | | показателей России; |
| | ДОПК-7 Способен использовать математические модели и теории при изучении, анализе и прогнозировании процессов международных отношений, мировой политики и экономики. | ИДОПК-7.1<br>Знать основы математики; основные математические теории и модели;<br>ИДОПК-7.2<br>Уметь применять математическое моделирование при изучении, анализе и прогнозировании процессов международных отношений, мировой политики и экономики;<br>ИДОПК-7.3<br>Владеть навыками математического моделирования геополитических и экономических процессов; |
| Международное право | ДОПК-8. Способен понимать содержание международно-правовых документов, оперировать международно-правовыми понятиями и категориями. | ИДОПК-8.1<br>Знать содержание международных нормативно-правовых актов, регулирующих международные отношения;<br>ИДОПК-8.2<br>Уметь пользоваться международными договорами и другими правовыми актами в своей профессиональной деятельности;<br>ИДОПК-8.3<br>Владеть навыками работы с международно-правовыми актами; |
| | ДОПК-9. Способен самостоятельно анализировать с точки зрения международного права проблемы, возникающие в современных международных отношениях. | ИДОПК-9.1<br>Знать основные категории международного права и его роль в международных отношениях; содержание международных нормативно-правовых актов, регулирующих международные отношения; общую характеристику системы международных отношений;<br>ИДОПК-9.2<br>Уметь применять нормы международного права при анализе проблем современных международных отношений<br>ИДОПК-9.3 |

| | | |
|---|---|---|
| | | Владеть понятийно-терминологическим аппаратом международного права и использовать его в ходе аналитических исследований актуальных проблем современных международных отношений в контексте международного права; |
| Международная информация | ДОПК-10. Способен работать с источниками международной информации, анализировать динамику основных характеристик международных отношений, используя различные программные средства, базы данных и поисковые системы. | ИДОПК-10.1<br>Знать структуру, общие свойства информации и ориентироваться в вопросах, связанных с поиском, сбором, анализом, хранением и распространением информации в системе международных отношений<br>ИДОПК-10.2<br>Уметь анализировать процесс глобальной коммуникации между субъектами международных информационных отношений, возникающих во всех сферах деятельности государства и общества при получении, хранении и использовании информации;<br>ИДОПК-10.3<br>Владеть различными программными средствами, базами данных и поисковыми системами для получения, хранения и использования информации; |
| Мультикультурная среда | ДОПК-11. Способен работать в мультикультурной среде и в международной команде. | ИДОПК-11.1<br>Знать важнейшие идеологические, культурные и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития;<br>ИДОПК-11.2<br>Уметь выстраивать социальное и профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп; |

| | | |
|---|---|---|
| | | ИДОПК-11.3<br>Владеть базовыми знаниями создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач |
| Перевод | ДОПК-12. Способен владеть иностранным (-ыми) языком (-ами) на уровне, обеспечивающем свободное общение как в общекультурной сфере, так и в профессиональной деятельности. | ИДОПК-12.1<br>Знать базовые методы и приемы различных типов устной и письменной коммуникации на иностранном (-ых) языке (-ах) для общекультурного общения и осуществления профессиональной деятельности;<br>ИДОПК-12.2<br>Уметь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном (-ых) языке (-ах);<br>ИДОПК-12.3<br>Владеть навыками ведения корректной устной и письменной коммуникации на иностранном (-ых) языке (-ах); |
| | ДОПК-13. Способен вести диалог, переписку, переговоры на иностранном (-ых) языке (-ах) в рамках уровня поставленных задач. | ИДОПК-13.1<br>Знать лексические единицы, грамматические категории и структуры, используемые в устном и письменном общении на иностранном (-ых) языке (-ах);<br>иностранный (-ые) язык (-и) в объеме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников, ведения переписки и переговоров и общения, в том числе, на профессиональном уровне;<br>ИДОПК-13.2<br>Уметь вести различные виды диалогов на иностранном (-ых) языке (-ах);<br>осуществлять общекультурное и профессиональное общение, а также письменную коммуникацию на иностранном (-ых) языке (-ах);<br>ИДОПК-13.3<br>Владеть навыками публичной, |

| | | |
|---|---|---|
| | | научной и профессиональной речи на иностранном (-ых) языке (-ах); |
| Протокол | ДОПК-14. Способен применять на практике основы дипломатического и делового протокола и этикета. | ИДОПК-14.1<br>Знать совокупность правил, традиций и условностей, соблюдаемых правительствами, ведомствами иностранных дел, дипломатическими представительствами, иными официальными лицами в процессе международного и делового общения;<br>ИДОПК-14.2<br>Уметь применять на практике основы дипломатического и делового протокола и этикета;<br>ИДОПК-14.3<br>Владеть правилами этикета межгосударственных и деловых отношений; |
| Переговоры | ДОПК-15. Способен использовать техники ведения переговоров, установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранном (-ых) языке (-ах). | ИДОПК-15.1<br>Знать функции, виды, технологии, этапы, правила и ограничения переговорного процесса;<br>ИДОПК-15.2<br>Уметь осуществлять коммуникационное взаимодействие с оппонентами для достижения поставленной цели, в том числе на иностранном (-ых) языке (-ах);<br>ИДОПК-15.3<br>Владеть навыками ведения переговоров, в том числе на иностранном (-ых) языке (-ах); |
| Управление | ДОПК-16. Способен понимать теоретические и практические основы государственного и муниципального управления. | ИДОПК-16.1<br>Знать основные понятия, принципы и правовые основы государственного и муниципального управления;<br>ИДОПК-16.2<br>Уметь ориентироваться в системе государственного и муниципального управления;<br>ИДОПК-16.3<br>Владеть навыками практического применения знаний основ государственного и |

| | | |
|---|---|---|
| | | муниципального управления при осуществлении профессиональной деятельности; |
| | ДОПК-17. Способен ориентироваться в основных современных механизмах и технологиях государственного и муниципального управления в условиях цифровой трансформации. | ИДОПК-17.1<br>Знать основные механизмы и технологии государственного и муниципального управления;<br>ИДОПК-17.2<br>Уметь использовать современные технологии в рамках цифровизации государственного и муниципального управления;<br>ИДОПК-17.3<br>Владеть навыками поиска, обработки и анализа информации, необходимой для подготовки и обоснования управленческих решений, а также анализа проблем в области государственного и муниципального управления и подготовки предложений по их решению; |

### 4.1.4. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

| Задача ПД | Объект или область знания | Код и наименование профессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения | Основание (ПС, анализ опыта) |
|---|---|---|---|---|
| **Тип задач профессиональной деятельности: проектная деятельность** | | | | |
| Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью | 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 | ПК-1. Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами | ИПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью<br>ИПК-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью<br>ИПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта | 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации<br><br>06.013 Специалист по информационным ресурсам |
| **Тип задач профессиональной деятельности: организационная деятельность** | | | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Организация процесса создания коммуникационного продукта | 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 | ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | ИПК-2.1. 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<br>ИПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии<br>ИПК-2.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры | 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации<br><br>06.013 Специалист по информационным ресурсам |
| **Тип задач профессиональной деятельности: авторская деятельность** | | | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации | 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 | ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ИПК-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта<br>ИПК-3.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта<br>ИПК-3.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании<br>ИПК-3.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде | 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации<br><br>06.013 Специалист по информационным ресурсам |
| **Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговая деятельность** | | | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации | 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 | ПК-4. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | ИПК-4.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта<br>ИПК-4.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта<br>ИПК-4.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами | 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации<br><br>06.013 Специалист по информационным ресурсам |
| **Тип задач профессиональной деятельности: технологическая деятельность** | | | | |
| Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий | 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 | ПК-5. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | ИПК-5.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде<br>ИПК-5.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.<br>ИПК-5.3. Применяет основные технологии | 06.013 Специалист по информационным ресурсам<br><br>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | общественности | | организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами<br>ИПК-5.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций<br>ИПК-5.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта | |
| **Тип задач профессиональной деятельности: социально-просветительская деятельность** | | | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта | 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 | ПК-6. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности | ИПК-6.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы<br>ИПК-6.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности | 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации<br><br>06.013 Специалист по информационным ресурсам |
| **Тип задач профессиональной деятельности: редакторская деятельность** | | | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации | 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 | ПК-7. Способен Осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа | ИПК-7.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта<br>ИПК-7.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала | 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации<br><br>06.013 Специалист по информационным ресурсам |

## РАЗДЕЛ 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И МЕЖДУНАРОДНОЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

### 5.1. Объем обязательной части основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Объем ОПОП ВО составляет 240 зачетных единиц.

Объем ОПОП ВО, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е.

**Структура и объем ОПОП ВО**

| **Структура программы бакалавриата** | | **Объем программы бакалавриата и ее блоков в з.е.** |
|---|---|---|
| Блок 1 | Дисциплины (модули) | 201 |
| Блок 2 | Практика | 27 |
| Блок 3 | Государственная итоговая аттестация | 12 |
| Объем программы бакалавриата | | 240 |

**Структура ОПОП ВО и трудоемкость по блокам**

Структура Блока 1 "Дисциплины (модули)" включает обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений. Обязательная

часть составляет 72,9 % от общей трудоемкости.

Обязательная часть Блока 1 состоит из дисциплин (модулей), направленных на реализацию универсальных, общепрофессиональных и дополнительных общепрофессиональных компетенций. Обязательная часть Блока 1 обеспечивает также реализацию следующих дисциплин (модулей):

по Философии, Истории (Истории России, Всеобщей истории), Иностранному языку, Безопасности жизнедеятельности, Международным отношениям и мировой политике, Мировой экономике, Международным экономическим отношениям, Экономике России, Международному праву, Государственному и деловому протоколу и Математике и современным информационным технологиям.

Часть, формируемая участниками образовательных отношений Блока 1, включает в себя дисциплины (модули), формирующие установленные профессиональные и универсальные компетенции.

ОПОП ВО обеспечивает реализацию дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту:

в объеме 2 з.е. в рамках Блока 1 "Дисциплины (модули)";

в объеме 328 академических часов, которые являются обязательными для освоения, не переводятся в з.е. и не включаются в объем программы бакалавриата, в рамках элективных дисциплин (модулей) в очной форме обучения.

Дисциплины (модули) по физической культуре и спорту реализуются в порядке, установленном МГИМО МИД России. Для инвалидов и лиц с ОВЗ МГИМО МИД России устанавливает особый порядок освоения дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту с учетом состояния их здоровья.

В Блок 2 «Практика» входят учебная и производственная практики (далее вместе – практики).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья и требования по

доступности.

В Блок 3 "Государственная итоговая аттестация" входят:

подготовка к сдаче и сдача государственных экзаменов по иностранному языку и направлению подготовки;

подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

ОПОП ВО обеспечивает возможность обучающимся освоения элективных дисциплин (модулей) и факультативных дисциплин (модулей).

Факультативные дисциплины (модули) не включаются в объем программы бакалавриата.

МГИМО МИД России предоставляет инвалидам и лицам с ОВЗ (по их заявлению) возможность обучения по программе бакалавриата, учитывающей особенности их психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости обеспечивающей коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

### 5.2 Типы практики основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

В Блок 2 "Практика" входят учебная и производственная практики (далее вместе – практики).

Тип учебной практики:

профессионально-ознакомительная практика.

Типы производственной практики:

профессионально-творческая практика;

преддипломная практика.

### 5.3. Учебный план и календарный учебный график основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое

**сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

### 5.3.1 Учебный план ОПОП ВО

Учебный план ОПОП ВО размещен на сайте МГИМО МИД России в подразделе «Образование» раздела «Сведения об образовательной организации».

### 5.3.2 Календарный учебный график ОПОП ВО

Календарный учебный график и бюджет времени в неделях размещен на сайте МГИМО МИД России в подразделе «Образование» раздела «Сведения об образовательной организации».

### 5.4. Рабочие программы дисциплин (модулей) и практик основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Утвержденные рабочие программы учебных дисциплин и практик содержатся в Приложении к ОПОП.

### 5.5. Фонды оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

В соответствии с ОС ВО МГИМО МИД России бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью оценка качества освоения обучающимися образовательной программы включает в себя текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ОПОП ВО (текущий

контроль успеваемости и промежуточная аттестация) созданы фонды оценочных материалов, включающие в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;

Для каждого результата обучения по дисциплине (модулю) или практике определены показатели и критерии оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания.

### 5.6. Программа государственной итоговой аттестации основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Согласно требованиям ОС ВО МГИМО МИД России по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**,** государственная итоговая аттестация выпускника МГИМО МИД России является обязательной и осуществляется после освоения в полном объеме образовательной программы.

Целью государственной итоговой аттестации является установление уровня подготовки выпускников к выполнению профессиональных задач и соответствия их подготовки требованиям ОС ВО МГИМО МИД России для присвоения квалификации бакалавра. К итоговым аттестационным испытаниям, входящим в состав государственной итоговой аттестации, допускаются

студенты, успешно завершившее в полном объеме освоение образовательной программы бакалавриата.

Итоговые аттестационные испытания государственной итоговой аттестации выпускников МГИМО МИД России включают в себя:

- государственный экзамен по иностранному языку;

- государственный экзамен по направлению подготовки;

- защиту выпускной квалификационной работы.

Суммарный объем Государственной итоговой аттестации составляет 12 з.е.

Государственный экзамен по иностранному языку проводится языковой кафедрой в соответствии с утвержденной программой государственного экзамена по иностранному языку.

Программа государственного экзамена по направлению подготовки включает в себя тематику дисциплин обязательной части и части, формируемой участниками образовательных отношений, указанных в учебном плане. Государственный экзамен по направлению подготовки проводится в устной форме.

Темы выпускных квалификационных работ определяются выпускающей кафедрой и утверждаются приказом по Университету. Студенту предоставляется право выбора темы выпускной квалификационной работы вплоть до предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки.

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы бакалавра определены выпускающей кафедрой и отражены в программе итоговой государственной аттестации**.**

## 5.7 Рабочая программа воспитания МГИМО МИД России и календарный план воспитательной работы основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01Реклама и связи с общественностью

Воспитательная работа – это составная и неотъемлемая часть учебно-воспитательного процесса. Стратегическая цель воспитательной работы МГИМО МИД России –создание условий для активной жизнедеятельности обучающихся, их гражданского самоопределения, профессионального становления и индивидуально-личностной самореализации в созидательной деятельности для удовлетворения потребностей в нравственном, культурном, интеллектуальном, социальном и профессиональном развитии.

МГИМО МИД России создает условия для личностного, профессионального и физического развития обучающихся, формирования у них социально значимых, нравственных качеств, активной гражданской позиции и моральной ответственности за принимаемые решения.

В воспитательной работе МГИМО МИД России руководствуется рабочей программой воспитания в МГИМО МИД России и календарным планом воспитательной работы в МГИМО МИД России.

Утвержденная Рабочая программа воспитания МГИМО МИД России и календарный план воспитательной работы в МГИМО МИД России содержатся в Приложении к ОПОП и размещены на сайте МГИМО МИД России в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование».

## РАЗДЕЛ 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И МЕЖДУНАРОДНОЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

**6.1** Требования к условиям реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям, а также требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовке обучающихся по основной профессиональной образовательной программе высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество».

### 6.2. Общесистемные требования к реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**6.2.1.** МГИМО МИД России располагает на праве собственности материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации ОПОП ВО «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по Блоку 1 "Дисциплины (модули)" и Блоку 3 "Государственная итоговая аттестация" в соответствии с учебным планом.

**6.2.2.** Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде МГИМО МИД России из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), как на территории МГИМО МИД России, так и вне ее.

Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды созданы с использованием ресурсов иных организаций.

Электронная информационно-образовательная среда МГИМО МИД России обеспечивает возможность:

доступа к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик;

формирования электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации[1].

### 6.3. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

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

---

[1] Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 31, ст. 3448; 2010, N 31, ст. 4196; 2011, N 15, ст. 2038; N 30, ст. 4600; 2012, N 31, ст. 4328; 2013, N 14, ст. 1658; N 23, ст. 2870; N 27, ст. 3479; N 52, ст. 6961, ст. 6963; 2014, N 19, ст. 2302; N 30, ст. 4223, ст. 4243, N 48, ст. 6645; 2015, N 1, ст. 84; N 27, ст. 3979; N 29, ст. 4389, ст. 4390; 2016, N 26, ст. 3877; N 28, ст. 4558; N 52, ст. 7491; 2017, N 18, ст. 2664; N 24, ст. 3478; N 25, ст. 3596), Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ "О персональных данных" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 31, ст. 3451; 2009, N 48, ст. 5716; N 52, ст. 6439; 2010, N 27, ст. 3407; N 31, ст. 4173, ст. 4196; N 49, ст. 6409; 2011, N 23, ст. 3263; N 31, ст. 4701; 2013, N 14, ст. 1651; N 30, ст. 4038; N 51, ст. 6683; 2014, N 23, ст. 2927; N 30, ст. 4217, ст. 4243; 2016, N 27, ст. 4164; 2017, N 9, ст. 1276).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду МГИМО МИД России.

Помещения для проведения учебных занятий по иностранным языкам оборудованы лингафонными системами (аудио, видео и мультимедийными средствами).

**6.3.2** МГИМО МИД России обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей)).

**6.3.3.** При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Площадь библиотеки составляет 4000 м2. Общее число посадочных мест в четырех читальных залах (общий, периодических изданий, справочный, редких книг и рукописей) – 279, из них оборудовано компьютерами, подключенными к сети Интернет - 53. В залах также работает WiFi. На территории МГИМО для учащихся открыто также 4 кабинета и информационный центр, которые работают в режиме читальных залов, их фонды комплектуются научной библиотекой. Общее число посадочных мест – 89, из них оборудовано компьютерами, подключенными к сети Интернет - 40.

Фонд библиотеки в цифрах:

| Печатные издания | | |
|---|---|---|
| 1. | Объем библиотечного фонда. Всего (экз.) | 764 729 |
| 2. | из него литература: | |

| | | |
|---|---|---|
| 3. | учебная | 452 771 |
| 4. | художественная | 23 978 |
| 5. | научная | 287 980 |

| Электронные документы | |
|---|---|
| Всего | 2 443 136 |
| Из них: | |
| Книги | 319 980 |
| Периодика (количество наименований) | 23 156 |
| Диссертации | 2 100 000 |

Для обеспечения учебного процесса библиотекой оформлена печатная подписка на 196 названий отечественной и зарубежной периодики.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронным библиотечным системам и научным базам данных, содержащим учебные, учебно-методические, справочные и научные издания по изучаемым дисциплинам. Доступ к ЭБС осуществляется на основании прямых договоров с правообладателями. При этом обеспечена возможность удаленного доступа к электронным ресурсам. Кроме того, на всех компьютерах читальных залов библиотеки установлены справочно-правовые системы «Консультант Плюс» и «Гарант».

Библиотека работает в автоматизированной информационно-библиотечной системе МАРК-SQL. В настоящее время в электронном каталоге представлены все издания, находящиеся в фонде библиотеки. Электронные каталоги библиотеки содержат 385 006 библиографических записей, все они представлены в Интернет. На платформе МАРК-SQL размещены 5605 выпускных квалификационных работ.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и

подлежит обновлению.

## ПЕРЕЧЕНЬ

### электронных библиотечных систем, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

| № п/п | Наименование базы данных, производитель, платформа и/или адрес входа | Характеристики ресурса | Для профессионального использования по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» |
|---|---|---|---|
| 1. | ЭБС ZNANIUM.COM<br>«НИЦ ИНФРА-М»<br>http://znanium.com/ | Содержит книги, журналы, статьи из различных изданий (более 20 тыс.)<br>Сайт ЭБС соответствует ГОСТ 52872-2012: «Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению». | 476 книг для специалистов в области рекламы и связей с общественностью |
| 2. | ЭБС «Университетская библиотека онлайн»<br>ООО «НексМедиа»<br>https://biblioclub.ru/ | Доступ к базовой коллекции и 135 книгам издательств-партнеров<br>Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии, видео- и аудиоматериалы, художественную литературу. (более 100 тыс. наименований).<br>Сайт ЭБС соответствует ГОСТ 52872-2012: «Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению». В базе данных представлено более 3000 аудиокниг, а скачиваемые фрагменты в формате pdf, содержат подтекстовый слой, достаточно высокого качества и могут использоваться тифлопрограммами для голосового озвучивания | Около 200 книг для специалистов в области рекламы и связей с общественностью |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | текстов, быть загружены в тифлоплееры (устройств для прослушивания книг), а также скопированы на любое устройство для комфортного чтения. | |
| 3. | ЭБС BOOK.RU<br>«КноРус медиа»<br>https://www.book.ru/ | Базовая коллекция содержит более 8 тыс. учебников и монографий. Сайт ЭБС соответствует ГОСТ 52872-2012: «Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению». | Около 40 книг по рекламе и СО |
| 4. | Cambridge University Press<br>https://www.cambridge.org/core | Коллекция журналов по гуманитарным и социальным наукам (Humanities & Social Sciences, 250 журналов) и коллекция книг «Cambridge Histories» (54 книги) | Более 119500 статей из авторитетных рецензируемых журналов для специалистов в области рекламы и СО |
| 5. | «eBook Academic Subscription Collection»<br>EBSCO Publishing<br>http://search.ebscohost.com/ | «eBook Academic Subscription Collection» - более 170 тысяч электронных книг: монографии, учебники, словари, энциклопедии, справочники | Более 430 книг для специалистов в области рекламы и СО |
| 6. | Academic Search Premier<br>EBSCO Publishing<br>http://search.ebscohost.com/ | Мультидисциплинарная база данных, содержит полные тексты 4600 журналов, включая 3900 рецензируемых. Содержит статьи, главы из книг и статистических сборников, газеты, аналитическую информацию, фотоматериалы, карты, торговые публикации. Эта база данных обновляется ежедневно на EBSCOhost. | Представлено около 68 тысяч статей для специалистов в области рекламы и СО из академических журналов |
| 7. | MasterFILE Premier<br>EBSCO Publishing<br>http://search.ebscohost.com/ | Эта междисциплинарная база данных предоставляет полный текст почти для 1700 периодических изданий. MasterFILE Premier охватывает практически все предметные области, представляющие общий интерес, и содержит около 500 справочных книг и более 164 400 первоисточников, а также коллекцию изображений из более чем 592 000 фотографий, карт и флагов. Эта база данных | Содержит более 157 тысяч статей из периодических изданий для специалистов рекламы и СО |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | обновляется ежедневно через EBSCOhost. | |
| 8. | Scopus<br>Elsevier B.V.<br>https://www.scopus.com/ | Мультидисциплинарная (около 350 научных областей) реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных журнальных статей, материалов научных конференций и монографий. Scopus индексирует контент из 24 600 активных изданий от 5000 издателей, который тщательно проверяется и отбирается. | Из-за огромного охвата изданий в базе Scopus специалист в любой области может отобрать наиболее актуальные публикации по теме работы/исследования. Используя встроенные инструменты и аналитику, он может определить качество и востребованность полученной информации. |
| 9. | Web of science<br>Clarivate Analytics<br>http://apps.webofknowledge.com/ | Мультидисциплинарная (около 250 научных областей) реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных журнальных статей, материалов научных конференций и монографий. Индексирует контент из более чем 12500 активных изданий. | Специалист в любой области может отобрать наиболее актуальные публикации по теме работы/исследования. Используя встроенные инструменты и аналитику, он может определить качество и востребованность полученной информации |
| 10. | Oxford University Press<br>https://academic.oup.com/journals/ | Более 200 журналов издательства Оксфорд с архивами | Более 50 тысяч статей о рекламе и СО |
| 11. | Oxford Handbooks Online<br>https://www.oxfordhandbooks.com/ в объеме следующих тематических коллекций:<br>- Economics and Finance;<br>- History;<br>- Law;<br>- Linguistics;<br>- Business and Management;<br>- Political Science;<br>- Sociology. | Около 1000 справочников издательства Oxford University Press | Более 9 тысяч статей из 39 справочных изданий о рекламе и СО |
| 12. | SAGE Premier<br>SAGE Publishing<br>http://journals.sagepub.com/ | 1093 журнала издательства по различным отраслям знаний с архивами | Более 2000 статей о рекламе и СО |
| 13. | SAGE Research Methods<br>https://methods.sagepub.com/ | Базовая коллекция - содержит книги, количественные и качественные методы исследований, планировщик проектов и т.д. | Специалист в любой области может использовать ресурс для подготовки и проведения научного исследования. |
| 14. | WILEY<br>https://onlinelibrary.wiley.com/ | 1510 журналов издательства с архивами | Более 1900 статей о рекламе и СО |
| 15. | ProQuest Dissertations and Theses Global<br>ProQuest<br>https://search.proquest.com/pqdtglobal/ | Содержит более 3,8 миллионов диссертаций, и тезисов диссертаций из 88 стран мира (с 1861 года по настоящее время), из них более 1,7 миллионов — | более 188 тысяч полнотекстовых диссертаций посвященных рекламе и СО |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | полнотекстовые. PQDTGlobal является официальным цифровым архивом диссертаций Библиотеки Конгресса. | |
| 16. | Taylor & Francis https://www.tandfonline.com/ | Более 2000 полнотекстовых журналов издательства по различным отраслям знаний с архивами | Более 2000 статей о рекламе и СО из 6 научных журналов |
| 17. | Национальная электронная библиотека (по условиям договора установлено на 60 компьютерах читальных залов) https://rusneb.ru/ | Более 4 миллионов электронных копий книг, учебной и периодической литературы, диссертаций и авторефератов, монографий, патентов, нот, изобразительных и картографических изданий Общее количество электронных документов в фондах НЭБ - 5 022 021. В общественном достоянии - 4 198 803. Охраняемые авторским правом - 735 590. | НЭБ содержит, в том числе, более 1600 диссертаций и 650 авторефератов, посвященных рекламе и СО |
| 18. | Springer Nature https://link.springer.com/ | Коллекции журналов и книг на платформе https://link.springer.com/ | В том числе более 800 монографий, более 560 тысяч журнальных статей |
| 19. | ScienceDirect Elsevier B.V. https://www.sciencedirect.com/ | «Freedom collection» - 2500 журналов и 4000 книг по 23 тематическим блокам | Более 444 тысяч публикаций, изданных в последние 3 года |

**Профессиональные ресурсы открытого доступа**

| № п/п | Наименование базы данных, производитель, платформа и/или адрес входа | Характеристики ресурса |
|---|---|---|
| 1. | Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU» https://www.elibrary.ru/ | Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 29 млн научных статей и публикаций, в том числе электронные версии более 5600 российских научных журналов, из которых более 4800 журналов в открытом доступе. Библиотека интегрирована с Российским индексом научного цитирования (РИНЦ). |
| 2. | Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» https://cyberleninka.ru/ | Это научная электронная библиотека открытого доступа (Open Access), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. Содержит более 2 миллионов научных статей |

Обучающимся также предоставляется доступ к современным

профессиональным базам данных других, непрофильных направлений подготовки.

**6.3.4.** Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

**6.3.5**. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

### 6.4. Требования к кадровым условиям реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**6.4.1.** Реализация ОПОП ВО «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» обеспечивается педагогическими работниками МГИМО МИД России, а также лицами, привлекаемыми МГИМО МИД России к реализации данной программы на иных условиях.

**6.4.2.** Квалификация педагогических работников МГИМО МИД России отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

**6.4.3.** Не менее 70 процентов численности педагогических работников МГИМО МИД России, участвующих в реализации ОПОП ВО «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» и лиц, привлекаемых МГИМО МИД России к реализации данной программы на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

**6.4.4.** Не менее 5 процентов численности педагогических работников

МГИМО МИД России, участвующих в реализации ОПОП ВО «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» и лиц, привлекаемых МГИМО МИД России к реализации данной программы на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (иметь стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

**6.4.5.** Не менее 60 процентов численности педагогических работников МГИМО МИД России и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности МГИМО МИД России на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

### 6.5. Требования к финансовым условиям реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**6.5.1.** Финансовое обеспечение реализации ОПОП ВО «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования - программ бакалавриата и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством

образования и науки Российской Федерации[2].

### 6.6. Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по основной профессиональной образовательной программе высшего образования «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**6.6.1.** Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВО «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки, в которой МГИМО МИД России принимает участие на добровольной основе.

**6.6.2.** В целях совершенствования ОПОП ВО «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» МГИМО МИД России при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по данной программе привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников МГИМО МИД России.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по ОПОП ВО «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

**6.6.3.** Внешняя оценка качества образовательной деятельности по ОПОП ВО «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» в рамках процедуры государственной аккредитации

[2] См. пункт 10 постановления Правительства Российской Федерации от 26 июня 2015 г. N 640 "О порядке формирования государственного задания на оказание государственных услуг (выполнение работ) в отношении федеральных государственных учреждений и финансового обеспечения выполнения государственного задания" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2015, N 28, ст. 4226; 2016, N 24, ст. 3525; N 42, ст. 5926; N 46, ст. 6468).

осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по данной программе требованиям ОС ВО МГИМО МИД России.

**6.6.4.** Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВО «Связи с общественностью и международное энергетическое сотрудничество» осуществляется в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, отвечающими требованиям профессиональных стандартов (при наличии), требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

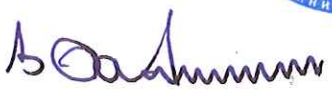
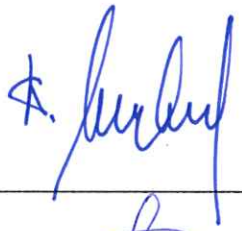
## РАЗДЕЛ 7 СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И МЕЖДУНАРОДНОЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Меньшиков П.В. – кандидат исторических наук, доцент, заведующий Кафедрой медийной политики и связей с общественностью МГИМО МИД России

Новикова В.С. – кандидат политических наук, доцент, преподаватель Кафедры медийной политики и связей с общественностью МГИМО МИД России

## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

**СОГЛАСОВАНО:**

| Должность | Подпись | Ф.И.О. |
|---|---|---|
| Руководитель аппарата Президиума Некоммерческого партнерства «Международная академия топливно-энергетического комплекса» |  | **Корягина Д.М.** |
| Директор Международного института энергетической политики и дипломатии МГИМО МИД России |  | **Салыгин В.И.** |
| Заведующий кафедрой Медийной политики и связей с общественностью |  | **Меньшиков П.В.** |
| Председатель Студенческого союза МГИМО МИД России |  | **Бойко А.С.** |

**Приложение 1**
**к ОС ВО МГИМО МИД России**
**по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,**
**утвержденному решением Ученого Совета МГИМО МИД России**
**13 июня 2019 года № 13/19**

**Перечень**
**профессиональных стандартов, соответствующих**
**профессиональной деятельности выпускников,**
**освоивших программу бакалавриата по направлению подготовки**
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

| N п/п | Код профессионально-го стандарта | Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта |
|---|---|---|
| **06 Связь, информационные и коммуникационные технологии** | | |
| 1. | 06.009 | Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973) |
| 2. | 06.013 | Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный № 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный № 45230) |

**Приложение 1**
**к ОС ВО МГИМО МИД России**
**по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,**
**утвержденному решением Ученого Совета МГИМО МИД России**
**13 июня 2019 года № 13/19**

## Перечень
## обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

| Код и наименование профессионального стандарта | Обобщенные трудовые функции | | | Трудовые функции | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Код | Наименование | Уровень квалификации | Наименование | Код | Уровень(подуро-вень) квалификации |
| 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации | A | Организация распространения продукции СМИ | 5 | Организация и проведение подписной кампании | A/03.5 | 5 |
| | B | Организация продвижения продукции СМИ | 6 | Организация маркетинговых исследований в области СМИ | B/01.6 | 6 |
| | | | | Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ | B/02.6 | 6 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ | B/03.6 | 6 |
| | | | | Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ | B/04.6 | 6 |
| 06.013 Специалист по информационным ресурсам | A | Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте | 4 | Ввод и обработка текстовых данных | A/01.4 | 4 |
| | | | | Сканирование и обработка графической информации | A/02.4 | 4 |
| | | | | Ведение информационных баз данных | A/03.4 | 4 |
| | | | | Размещение информации на сайте | A/04.4 | 4 |
| | B | Создание и редактирование информационных ресурсов | 5 | Поиск информации по тематике сайта | B/01.5 | 5 |
| | | | | Написание информационных материалов для сайта | B/02.5 | 5 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Редактирование информации на сайте | B/03.5 | 5 |
| | | | | Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях | B/04.5 | 5 |
| | | | | Модерирование обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях | B/05.5 | 5 |
| | C | Управление (менеджмент) информационным и ресурсами | 6 | Организация работ по созданию и редактированию контента | C/01.6 | 6 |
| | | | | Контроль за наполнением сайта | C/03.6 | 6 |
| | | | | Анализ информационных потребностей посетителей сайта | C/05.6 | 6 |
| | | | | Подготовка отчетности по сайту | C/06.6 | 6 |
| | | | | Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта | C/07.6 | 6 |