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 12.04 2022 года № 15 /2022

«Утверждаю»

Первый проректор МГИМО МИД России

_____

Г.П. Толстопятенко

«14» 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

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» 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» 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» 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» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью 12
3.3. Объем основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью 12
3.4. Формы обучения 12
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», 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 35
5.1. Объем обязательной части основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью 35
5.2 Типы практики основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью 37
5.3. Учебный план и календарный учебный график основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью 38
5.4. Рабочие программы дисциплин (модулей) и практик основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью 38

5.5. Фонды оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью 38

5.6. Программа государственной итоговой аттестации основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью 39

5.7 Рабочая программа воспитания МГИМО МИД России и календарный план воспитательной работы основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью 41

РАЗДЕЛ 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ 42

РАЗДЕЛ 7 СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ 53

Приложение 54

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Основная профессиональная образовательная программа высшего образования «Связи с общественностью» 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» 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 действующей редакции));
- Приказ Минобрнауки России от 08 июня 2017 г. N 512 «Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью» (с изменениями и дополнениями);
- 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 (с изменениями и дополнениями);
- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636 (с изменениями и дополнениями);
- Положение «О практической подготовке обучающихся», утвержденное приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации № 885/390 от 05.08.2020 г. (с изменениями и дополнениями);
- Устав ФГАОУ ВО «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации».
- 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.

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» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования «Связи с общественностью», 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» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Бакалавр

3.3. Объем основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью» 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» 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», 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 Знать основные принципы поиска, сбора, отбора, обработки и обобщения необходимой информации; ИУК-1.2 Уметь анализировать задачи, выделяя их базовые составляющие; осуществлять поиск информации для решения поставленных задач; определять и ранжировать информацию, требуемую для решения поставленных задач; ИУК-1.3 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 правовых норм, имеющихся ресурсов и	ИУК-2.1 Знать правовые нормы, регламентирующие осуществление профессиональной

	ограничений	деятельности; ИУК-2.2 Уметь определять круг задач в рамках профессиональной деятельности, планировать собственную профессиональную деятельность, исходя из имеющихся ресурсов; ИУК-2.3 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 Знать основные способы и приемы социализации и социального взаимодействия; ИУК-3.2 Уметь реализовывать свою роль в команде для достижения поставленной цели с учетом особенностей поведения других членов команды; ИУК-3.3 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 Знать основы устной и письменной коммуникации на русском и иностранном (-ых) языках; основные принципы и правила деловой, академической и профессиональной этики; ИУК-4.2 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; ИУК-4.3 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 Знать категориальный аппарат философии, социологии; законы исторического развития; основы межкультурной коммуникации; ИУК-5.2 Уметь анализировать историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп и этносов, философские и этические учения; ИУК-5.3 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 Знать методы и инструменты управления временем при выполнении задач, проектов, в том числе профессиональных; ИУК-6.2 Уметь планировать свое рабочее время и время для саморазвития; ставить цели личностного и профессионального развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда; ИУК-6.3 Владеть основами самовоспитания и самообразования, личностного и профессионального развития;
	УК-7. Способен поддерживать	ИУК-7.1

	должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Знать основы здорового образа жизни и здоровьесберегающие технологии для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки; ИУК-7.2 Уметь выполнять комплекс упражнений по физической культуре; ИУК-7.3 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 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; ИУК-8.2 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; ИУК-8.3 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 Знать базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике; ИУК-9.2 Уметь применять метод личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей; ИУК-9.3 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 Знать суть, причины и последствиями коррупционного поведения, а также механизмы защиты от него; ИУК-10.2 Уметь применять на практике знания, полученные в ходе правового обучения; ИУК-10.3 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. 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. 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. 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. 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. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности. ИОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.

4.1.3. 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 Знать основные подходы в современных научных исследованиях; методы и технологии, обеспечивающие решение комплексных научных проблем; теории, историю и современное состояние международных отношений; основные понятия теории международных отношений; концепцию внешней политики России; ИДОПК-1.2 Уметь применять различные, в том числе междисциплинарный, подходы при изучении и анализе основ международных отношений; анализировать влияние сложившейся международной ситуации на внешнюю политику России; 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 Знать ключевые концепции, основные понятия, структуру и составляющие мировой политики и экономики; ИДОПК-2.2 Уметь анализировать и оценивать влияние мировых политических и экономических процессов на внешнюю и внутреннюю политику России; ИДОПК-2.3 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 Знать теоретические основы понятия «внешняя политика»; сущность, субъекты, средства, функции и методы внешней политики; основные положения концепций внешней политики России и ведущих зарубежных государств; ИДОПК-3.2 Уметь использовать теоретические знания для изучения и анализа внешней политики России и ведущих зарубежных государств; ИДОПК-3.3 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 Знать предпосылки становления основных социально-экономических

	социально-экономические модели стран мира.	моделей стран мира; особенности национальных экономик; ИДОПК-4.2 Уметь анализировать и выявлять сильные и слабые стороны основных социально-экономических моделей стран мира; ИДОПК-4.3 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 Знать сущность, виды, структуру, состав и формы международных экономических отношений; основные теории международных экономических отношений; современное состояние мировой и глобальной экономики; ИДОПК-5.2 Уметь ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития мировой и глобальной экономики и международных экономических отношениях на основе анализа социально-экономических показателей; ИДОПК-5.3 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 Знать базовые теории экономического анализа; ИДОПК-6.2 Уметь анализировать экономическую политику России; ИДОПК-6.3 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 Знать основы математики; основные математические теории и модели; ИДОПК-7.2 Уметь применять математическое моделирование при изучении, анализе и прогнозировании процессов международных отношений, мировой политики и экономики; ИДОПК-7.3 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 Знать содержание международных нормативно-правовых актов, регулирующих международные отношения; ИДОПК-8.2 Уметь пользоваться международными договорами и другими правовыми актами в своей профессиональной деятельности; ИДОПК-8.3 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 Знать основные категории международного права и его роль в международных отношениях; содержание международных нормативно-правовых актов, регулирующих международные отношения; общую характеристику системы международных отношений; ИДОПК-9.2 Уметь применять нормы международного права при анализе проблем современных международных отношений 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 Знать структуру, общие свойства информации и ориентироваться в вопросах, связанных с поиском, сбором, анализом, хранением и распространением информации в системе международных отношений ИДОПК-10.2 Уметь анализировать процесс глобальной коммуникации между субъектами международных информационных отношений, возникающих во всех сферах деятельности государства и общества при получении, хранении и использовании информации; ИДОПК-10.3 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 Знать важнейшие идеологические, культурные и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; ИДОПК-11.2 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 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 Знать базовые методы и приемы различных типов устной и письменной коммуникации на иностранном (-ых) языке (-ах) для общекультурного общения и осуществления профессиональной деятельности; ИДОПК-12.2 Уметь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь на иностранном (-ых) языке (-ах); ИДОПК-12.3 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 Знать лексические единицы, грамматические категории и структуры, используемые в устном и письменном общении на иностранном (-ых) языке (-ах); 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; ИДОПК-13.2 Уметь вести различные виды диалогов на иностранном (-ых) языке (-ах); осуществлять общекультурное и профессиональное общение, а также письменную коммуникацию на иностранном (-ых) языке (-ах); ИДОПК-13.3 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 Знать совокупность правил, традиций и условностей, соблюдаемых правительствами, ведомствами иностранных дел, дипломатическими представительствами, иными официальными лицами в процессе международного и делового общения; ИДОПК-14.2 Уметь применять на практике основы дипломатического и делового протокола и этикета; ИДОПК-14.3 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 Знать функции, виды, технологии, этапы, правила и ограничения переговорного процесса; ИДОПК-15.2 Уметь осуществлять коммуникационное взаимодействие с оппонентами для достижения поставленной цели, в том числе на иностранном (-ых) языке (-ах); ИДОПК-15.3 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 Знать основные понятия, принципы и правовые основы государственного и муниципального управления; ИДОПК-16.2 Уметь ориентироваться в системе государственного и муниципального управления; ИДОПК-16.3 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 Знать основные механизмы и технологии государственного и муниципального управления; ИДОПК-17.2 Уметь использовать современные технологии в рамках цифровизации государственного и муниципального управления; ИДОПК-17.3 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 ИПК-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью 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 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 от-дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

			стратегии ИПК-2.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	
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 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 ИПК-3.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании 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 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 ИПК-4.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ИПК-4.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 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 общественности	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 ИПК-5.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде. ИПК-5.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами ИПК-5.4. Участвует в формировании	06.013 Специалист по информационным ресурсам 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации

			корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций 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 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 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 ИПК-7.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

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

5.1. Объем обязательной части основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью» 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)	не менее 165
Блок 2	Практика	не менее 27
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	не менее 9
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. Объем обязательной части, без учета объема Государственной итоговой аттестации,

составляет не менее 40 % от общего объема программы.

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.

Некоторые дисциплины Обязательной части и Части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 преподаются на иностранном языке (английский язык).

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» 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» 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» 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» 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» 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:

подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена по иностранному языку;

подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена по направлению подготовки;

подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

Суммарный объем Государственной итоговой аттестации составляет 9 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» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама 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» 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» 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».

6.2. Общесистемные требования к реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Связи с общественностью» 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» 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» 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).

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.

---

[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 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 «НИЦ ИНФРА-М» http://znanium.com/	Содержит книги, журналы, статьи из различных изданий (более 20 тыс.) 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» ООО «НексМедиа» https://biblioclub.ru/	Доступ к базовой коллекции и 135 книгам издательств-партнеров Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии, видео- и аудиоматериалы, художественную литературу. (более 100 тыс. наименований). 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 текстов, быть загружены в тифлоплееры (устройств для прослушивания книг), а также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.	Около 200 книг для специалистов в области рекламы и связей с общественностью
3.	ЭБС BOOK.RU «КноРус медиа»	Базовая коллекция содержит более 8 тыс.	Около 40 книг по рекламе и СО

	https://www.book.ru/	учебников и монографий. Сайт ЭБС соответствует ГОСТ 52872-2012: «Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению».	
4.	Cambridge University Press 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» EBSCO Publishing 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 EBSCO Publishing 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 EBSCO Publishing 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 обновляется ежедневно через EBSCOhost.	Содержит более 157 тысяч статей из периодических изданий для специалистов рекламы и СО
8.	Scopus Elsevier B.V. https://www.scopus.com/	Мультидисциплинарная (около 350 научных областей) реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных журнальных статей, материалов научных конференций	Из-за огромного охвата изданий в базе Scopus специалист в любой области может отобрать наиболее актуальные публикации по теме работы/исследования. Используя встроенные

		и монографий. Scopus индексирует контент из 24 600 активных изданий от 5000 издателей, который тщательно проверяется и отбирается.	инструменты и аналитику, он может определить качество и востребованность полученной информации.
9.	Web of science Clarivate Analytics 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 https://academic.oup.com/journals/	Более 200 журналов издательства Оксфорд с архивами	Более 50 тысяч статей о рекламе и СО
11.	Oxford Handbooks Online https://www.oxfordhandbooks.com/ в объеме следующих тематических коллекций: - Economics and Finance; - History; - Law; - Linguistics; - Business and Management; - Political Science; - Sociology.	Около 1000 справочников издательства Oxford University Press	Более 9 тысяч статей из 39 справочных изданий о рекламе и СО
12.	SAGE Premier SAGE Publishing http://journals.sagepub.com/	1093 журнала издательства по различным отраслям знаний с архивами	Более 2000 статей о рекламе и СО
13.	SAGE Research Methods 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 https://onlinelibrary.wiley.com/	1510 журналов издательства с архивами	Более 1900 статей о рекламе и СО
15.	ProQuest Dissertations and Theses Global ProQuest 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 — полнотекстовые. PQDTGlobal является официальным цифровым архивом диссертаций Библиотеки Конгресса.	более 188 тысяч полнотекстовых диссертаций посвященных рекламе и СО
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	Более 4 миллионов	НЭБ содержит, в том

	условиям договора установлено на 60 компьютерах читальных залов) https://rusneb.ru/	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.	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» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

6.4.1. Реализация ОПОП ВО «Связи с общественностью» 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 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 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» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

6.5.1. Финансовое обеспечение реализации ОПОП ВО «Связи с общественностью» 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» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

[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).

6.6.1. Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВО «Связи с общественностью» 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» 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» 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» в рамках процедуры государственной аккредитации 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» 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» 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

Приложение

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)

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

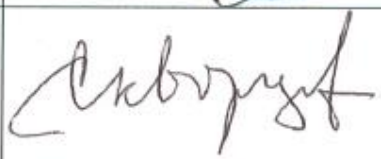
Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	Уровень(подуро-вень) квалификации
06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	A	Организация распространения 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) информационными 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

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

СОГЛАСОВАНО:

Должность	Подпись	Ф.И.О.
Президент Российской академии общественных связей		**Расницын В.Г.**
Декан факультета Международной журналистики		**Скворцов Я.Л.**
Заведующий кафедрой Медийной политики и связей с общественностью		**Меньшиков П.В.**
Председатель Студенческого союза МГИМО МИД России		**Бойко А.С.**