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 13 июня 2023 года № 25/23

«Утверждаю»

Первый проректор МГИМО МИД России

Г.П. Толстопятенко

«13» июня 2023 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 – 2023 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 последней 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 06.04.2021 № 245;
- 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 (в последней редакции);

- 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 проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	ИУК-10.1 Знать действующие нормативно-правовые акты в сфере противодействия экстремизму, терроризму и коррупции; сущность и проявление экстремизма, терроризма и коррупционного поведения, а также механизмы защиты от них; ИУК-10.2 Уметь применять на практике знания по противодействия экстремизму, терроризму и коррупционному поведению; ИУК-10.3 Владеть навыками выявления признаков экстремизма, терроризма, коррупционного поведения и противостояния им;

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):

реализацию дисциплин (модулей) по Философии, Иностранному языку, Безопасности жизнедеятельности;

реализацию дисциплины (модуля) "История России" в объеме не менее 4 з.е., при этом объем контактной работы обучающихся с педагогическими работниками составляет не менее 80 процентов объема, отводимого на реализацию дисциплины (модуля);

реализацию дисциплин (модулей) по 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.)	762 557
2.	из него литература:	
3.	учебная	452 044
4.	художественная	24 015
5.	научная	286 498

Электронные документы	
Всего	1 462 661

Из них:	
Книги	439 354
Периодика (количество наименований)	23 307
Статистические, правовые, информационно-аналитические материалы	1 000 000

Для обеспечения учебного процесса библиотекой оформлена печатная подписка на 164 названия 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 Национальная электронная библиотека (НЭБ).

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 394 009 библиографических записей, все они представлены в Интернет. На платформе МАРК-SQL размещены 6943 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 53 тыс.) Сайт ЭБС соответствует ГОСТ 52872-2012: «Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению».	Более 500 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 книгам издательств-партнеров. Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии, видео- и аудиоматериалы, художественную литературу. (более 141 тыс. документов, из них около 130 тысяч - книги). 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	Около 260 книг для специалистов в области рекламы и связей с общественностью

		(устройств для прослушивания книг), а также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.	
3.	Образовательная платформа «Юрайт» https://urait.ru/	Полный доступ ко всем учебным изданиям ВПО и научной литературе	Более 1400 книг для специалистов в области рекламы и связей с общественностью
4.	Cambridge University Press https://www.cambridge.org/core	Коллекция журналов по гуманитарным и социальным наукам (Humanities & Social Sciences) *архивные номера по 2022 включительно*	Более 128 тысяч 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 210 тысяч электронных книг: монографии, учебники, словари, энциклопедии, справочники	Более 500 книг для специалистов в области рекламы и СО
6.	Academic Search Premier EBSCO Publishing http://search.ebscohost.com/	Мультидисциплинарная база данных, содержит полные тексты более 3100 журналов, включая 2750 рецензируемых. Содержит статьи, главы из книг и статистических сборников, газеты, аналитическую информацию, фотоматериалы, карты, торговые публикации.	Представлено около 67 тысяч статей для специалистов в области рекламы и СО
7.	Business Source Premier EBSCO Publishing http://search.ebscohost.com/	Одна из крупнейших в мире баз данных по экономике и бизнесу, содержит полный текст более 2300 журналов, включая 1100 рецензируемых изданий. Business Source Premier охватывает все экономические дисциплины, включая маркетинг, менеджмент, бухгалтерский учет, финансы и т.д.	Более 290 тысяч статей для специалистов в области рекламы и СО. Из них 14,5 тысяч из академических журналов.
8.	MasterFILE Premier EBSCO Publishing http://search.ebscohost.com/	Эта междисциплинарная база данных предоставляет полный текст почти для 1700 периодических изданий. MasterFILE Premier охватывает	Содержит более 160 тысяч статей из периодических изданий для специалистов в области рекламы и СО.

		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.	
9.	SAGE Premier SAGE Publishing http://journals.sagepub.com/	Более тысячи журнала издательства по различным отраслям знаний с архивами	Более 255 тысяч статей о рекламе и СО
10.	Полнотекстовая коллекция книг SAGE eBook Collection https://sk.sagepub.com/books/discipline	Более 4700 монографий и справочников издательства SAGE Publishing по различным областям знаний. Глубина доступа: 1984-2021 гг.	Более 600 книг для специалистов в области рекламы и СО.
11.	WILEY https://onlinelibrary.wiley.com/	1,5 тысячи журналов издательства с архивами	Более 1900 статей о рекламе и СО
12.	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 – более 5 миллионов. В общественном достоянии – более 4 млн.	НЭБ содержит, в том числе, более 1600 диссертаций и 650 авторефератов, посвященных рекламе и СО
13.	Springer Nature https://link.springer.com/	Полнотекстовая коллекция Springer Journals 2018 - 2023 гг. Полнотекстовая коллекция Springer Journals Archive 1832 - 1996 гг. Полнотекстовая коллекция книг Springer eBook Collections, включая издания 2023 года	В том числе более 1800 монографий, более 15,6 тысяч журнальных статей

Профессиональные ресурсы открытого доступа

№ п/п	Наименование	Характеристики ресурса
1.	Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU» https://www.elibrary.ru/	Крупнейший российский информационно-аналитический портал, содержащий рефераты и полные тексты более 38 млн. публикаций, в том числе электронные версии более 5600 российских научно-технических журналов, из которых более 4800 журналов в открытом

		доступе.
2.	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» https://cyberleninka.ru/	Электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science). Содержит статьи из более чем 3,3 тысяч журналов.

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

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

[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).

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 19 июля 2022 г. № 420н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 августа 2022 г., регистрационный № 69714)

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

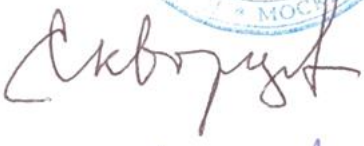
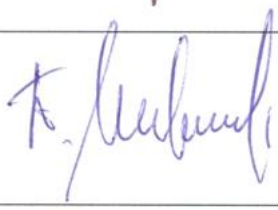
Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	Уровень(подуро-вень) квалификации
06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	A	Организация распространения 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	Подбор информации по тематике сайта	B/01.5	5
				Создание 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

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		**Херианова Д.Р.**