

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
“Ульяновский государственный университет”

Утверждено:

Решением Учёного Совета УлГУ,
Протокол № 11/271 от 25.06.2019 года.
Председатель Ученого Совета УлГУ,
Ректор УлГУ



/ Б.М. Костишко/

**Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования**

Направление подготовки (специальности)
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль/Специализация
«Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих
организациях»

Квалификация (степень)

бакалавр

Форма обучения

зачная

Нормативный срок освоения программы
по очной форме обучения - 4 года 6 месяцев

Ввести в действие с «01» сентября 2019 г.

Ульяновск

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения

- 1.1. Основная профессиональная образовательная программа (ОПОП ВО) бакалавриата, реализуемая вузом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
- 1.2. Нормативные документы для разработки ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
- 1.3. Общая характеристика ОПОП ВО направления подготовки:
 - 1.3.1. Цель (миссия) ОПОП ВО направления подготовки.
 - 1.3.2. Срок освоения ОПОП ВО направления подготовки
 - 1.3.3. Трудоемкость ОПОП ВО направления подготовки
- 1.4. Требования к абитуриенту.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОПОП ВО по направлению подготовки в соответствии с действующим ФГОС ВО направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

- 2.1. Область профессиональной деятельности (и сферу) профессиональной деятельности выпускника.
- 2.2. Виды профессиональной деятельности (типы задач и задачи профессиональной деятельности), к которой готовится выпускник
- 2.3. Объекты профессиональной деятельности выпускника.

3. Планируемые результаты освоения ОПОП ВО (УК (ОК), ОПК, ПК) по действующему ФГОС ВО

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в УлГУ

- 4.1. Учебный план по направлению подготовки
- 4.2. Календарный учебный график
- 4.3. Рабочие программы дисциплин
- 4.4. Программы практик
- 4.5. Программа ГИА

5. Фактическое ресурсное обеспечение ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в УлГУ

- 5.1. Кадровое обеспечение учебного процесса.
- 5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного процесса.
- 5.3. Материально-техническое обеспечение учебного процесса.
- 5.4. Организация реализации образовательной деятельности по ОПОП ВО для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ.

6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников.

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ОПОП ВОпо направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

7.2. Фонд оценочных средств для проведения ГИА

7.3. Механизм оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся при реализации ОПОП ВО в соответствии с ФГОС 3++

Приложения

1. Учебный план.
2. Календарный учебный график .
3. Рабочие программы дисциплин.
4. Фонды оценочных средств по дисциплинам
5. Аннотации рабочих программ дисциплин
6. Программы практик.
7. Фонды оценочных средств по практикам
8. Программа государственной итоговой аттестации выпускников по ОПОП ВО.
9. Фонд оценочных средств по государственной итоговой аттестации выпускников по ОПОП ВО

1. Общие положения

1.1. Основная профессиональная образовательная программа (ОПОП) бакалавриата, реализуемая вузом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Основная образовательная программа высшего профессионального образования бакалавриата, реализуемая университетом по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (далее – ОПОП ВО) представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную в ФБГО ВО «Ульяновский государственный университет» с учетом с учетом потребностей регионального рынка труда, требований федеральных органов исполнительной власти и соответствующих отраслевых требований на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

ОПОП ВО регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных дисциплин, программы практик, календарный учебный график и методические материалы, а также программы учебной и производственной практики, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии качество подготовки обучающихся.

1.2. Нормативные документы для разработки ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Нормативно-правовую базу разработки ОПОП бакалавриата составляют:

- 1) Федеральный закон РФ от 29 декабря 2012г №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- 2) Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017г. №301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- 3) Приказ Министерства образования и науки РФ от 29 июня 2015г. №636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- 4) Приказ Министерства образования и науки РФ от 27 ноября 2015г. №1383 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;
- 5) Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки/специальности, утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ;
- 6) Устав федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ульяновский государственный университет» (УлГУ);

ДП-2-31-08 «Проектирование и разработка основных профессиональных образовательных программ высшего образования (бакалавриат, специалитет, магистратура)»

1.3. Общая характеристика ОПОП ВО направления подготовки:

1.3.1. Цель (миссия) ОПОП ВО по направлению подготовки:

ОПОП бакалавриата по направлению «Реклама и связи с общественностью» предназначена для методического обеспечения образовательного процесса и имеет своей целью формирование высококвалифицированных кадров в сфере рекламы и связей с общественностью, обладающих социально-личностными, общенаучными, инструментальными и профессиональными компетенциями (в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки бакалавров).

Целями ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью являются:

1. Формирование у будущих выпускников универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, обеспечивающих выполнение ими профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью.
2. Обеспечение стремления выпускников к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства в области профессиональной деятельности, связанной с коммуникационными процессами в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах.

1.3.2. Срок освоения ОПОП ВО по направлению подготовки

Нормативный срок освоения ОПОП по заочной форме обучения – 4 года 6 месяцев в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

1.3.3. Трудоемкость ОПОП ВО по направлению подготовки

Объем ОПОП за весь период обучения в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению составляет 240 зачетных единиц и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ОПОП.

Трудоемкость основной образовательной программы по заочной форме обучения за учебный составляет не более 70 зачетных единиц. Одна зачетная единица соответствует 36 академическим часам.

1.4. Требования к абитуриенту

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании. Для успешного освоения ОПОП ВО по данному направлению абитуриент должен иметь знания в объеме полного среднего общего образования.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОПОП ВО по направлению подготовки в соответствии с действующим ФГОС ВО направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

2.1. Область профессиональной деятельности (и сферу) профессиональной деятельности выпускника.

Область профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности бакалавров включает:

- Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);
- 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.

2.2. Виды профессиональной деятельности (типы задач и задачи профессиональной деятельности), к которой готовится выпускник

Бакалавр по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» готовится к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: маркетинговая, организационная.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются:

- федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации,
- научные организации, и организации, осуществляющие образовательную деятельность;
- производственные и сервисные предприятия.

3. Планируемые результаты освоения ОПОП ВО (УК (ОК), ОПК, ПК) по действующему ФГОС ВО.

Выпускник по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» с квалификацией (степенью) «бакалавр» должен обладать следующими компетенциями:

Универсальные компетенции:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименования е 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	ИД_1 (УК1) Знать принципы сбора, отбора и обобщения информации, извлекаемой из различных источников, специфику системного подхода для решения исследовательских и практических задач ИД_2 (УК1) умеет применять основы поиска, критического анализа и синтеза информации, системного подхода для решения поставленных задач ИД_3 (УК1) владеет навыками применения основ поиска, критического анализа и синтеза информации, системного подхода для решения поставленных задач
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы	ИД_1(УК2) знает базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики

	их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	и поведения экономических агентов ; систему отечественного законодательства; основные положения основных нормативно-правовых документов;. ИД_2 (УК2) оперативно находить нужную информацию в нормативно-правовых актах, грамотно её использовать; принимать адекватные решения при возникновении критических, спорных ситуаций, анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере, ИД_3 (УК-2) методами планирования профессиональной деятельности, использования экономических знаний в профессиональной практике, навыками применения правовых знаний в текущей профессиональной деятельности
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИД_1 (УК3) знает структуру общества как сложную систему; особенности влияния социальной среды на формирование личности и мировоззрения человека; этические нормы и основные модели организационного поведения; ИД_2 (УК3) умеет применять знания об обществе как системе в различных формах социальной практики; ИД_3 (УК3) умеет выделять, формулировать и логично аргументировать собственную мировоззренческую позицию в процессе межличностной коммуникации с учетом ее специфики; ИД-3 (УК3) самостоятельно анализировать различные социальные проблемы, устанавливать конструктивные отношения в коллективе, работать в команде ИД_4 (УК3) Владеет технологиями эффективной коммуникации. умениями работать в команде, навыками воспринимать разнообразие и культурные различия, принимать социальные и этические обязательства
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИД_1 (УК4) Знает принципы, сущность и условия речевой коммуникации и логические основы построения речи; нормы устной и письменной речи русского и иностранного языков; ИД-2 (УК4) знает нормы русской грамматики и грамматики иностранного

		<p>языка, орфографические нормы русского и иностранного языка, нормы пунктуации, основы выстраивания логически правильных рассуждений, ИД-3 (УК4) знает правила подготовки и произнесения публичных речей, принципы ведения дискуссии; правила оформления научных текстов, способы аргументации; принципы языкового оформления официально-деловых текстов в сфере профессиональной деятельности; правила делового этикета; ИД-4 (УК4) Умеет логически верно, аргументировано, ясно строить устную и письменную речь, научный текст; составить текст публичного выступления и произнести его, аргументировано и доказательно вести полемику; использовать возможности официально-делового стиля в процессе составления и редактирования документов в профессиональной деятельности, общаться и читать оригинальную литературу на иностранном языке по профессиональной тематике и статьи из газет и журналов, издаваемых на иностранных языках и в сети Интернет ИД-5 (УК4) Владеет грамотной письменной и устной речью на русском языке; приемами эффективного речевого общения; приемами дискуссии по профессиональной, научной, культурной и общественно-политической тематике; навыками использования и составления документов в профессиональной деятельности с учетом требований делового этикета, иностранным языком на уровне контакта с носителями языка с целью быть понятым по широкому кругу жизненных и профессиональных вопросов</p>
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИД-1 (УК5) знает основы историко-культурного развития; всемирную и отечественную историю и культуру; особенности национальных традиций, текстов; движущие силы и закономерности исторического процесса; место человека в историческом процессе; ИД-2 (УК5) Умеет определять ценность того или иного исторического или культурного факта, явления; уметь соотносить факты и явления с исторической эпохой, принадлежностью к культурной традиции; проявлять и

		<p>транслировать уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям; анализировать многообразие культур и цивилизаций; оценивать роль цивилизаций в их взаимодействии.</p> <p>ИД-3 (УК5) Владеет навыками исторического анализа для определения места профессиональной деятельности в культурно-исторической парадигме; навыками бережного отношения к культурному наследию и человеку; информацией о движущих силах исторического процесса; приемами анализа сложных социальных проблем в контексте событий мировой истории.</p>
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	<p>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>ИД1 (УК6) знает основы личного роста и самообразования. понятие самоанализа, его уровни и формы;</p> <p>ИД_2 (УК6) Умеет определять индивидуальную образовательную траекторию; проводить самоанализ;</p> <p>ИД_3 (УК6) владеет основными способами самоанализа, саморазвития и самообразования</p>
	<p>УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>ИД_1 (УК7) знает основы физической культуры и здорового образа жизни; влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек</p> <p>ИД_2 (УК7) умеет выполнять индивидуально подобранные комплексы оздоровительной и адаптивной физической культуры, композиции ритмической и аэробной гимнастики, комплексы упражнения атлетической гимнастики;</p> <p>ИД-3 (УК7) средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования; способностью повышения работоспособности, сохранения и укрепления здоровья;</p>
Безопасность жизнедеятельности	<p>УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций</p>	<p>ИД-1 (УК-8) знает принципы обеспечения устойчивости объектов экономики, прогнозирования развития событий и оценок последствий при техногенных ЧС и стихийных явлений,</p> <p>ИД_2 (УК8) умеет использовать средства индивидуальной и коллективной защиты от ОМП, применять первичные средства пожаротушения</p>

		ИД_3 (УК8) Владеет навыками грамотно определять симптомы состояния организма человека при травмах; правильно применять средства медицинской аптечки; эффективно применять средства защиты от негативных и вредных воздействий на человека, приемы оказания первой помощи;
--	--	---

Общепрофессиональные компетенции:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции выпускника	Код и наименования е индикатора достижения общепрофессиональных компетенций
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	ИД_1 (ОПК1) знает основные понятия стилистики, принципы и приемы литературного редактирования и копирайтинга, типы текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, ИД_2 (ОПК1) умеет анализировать и создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы, осуществлять редакторский анализ и правку текста ИД_3 (ОПК1) владеет навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, навыками литературного редактирования, копирайтинга.
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	ИД_1 (ОПК2) знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ИД_2 (ОПК2) умеет учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов ИД_3 (ОПК2) навыками создания коммуникационных продуктов, учитывая основные тенденции развития общественных и государственных институтов
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе	ИД_1 (ОПК3) Знать важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место

	создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	цивилизаций прошлого и современности, многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии; ИД_2 (ОПК3) уметь свободно ориентироваться в истории культурных, социально-экономических и политических процессов; в сферах общественной жизни и деятельности: в культурной, рекламной, хозяйственной деятельности; в политической и государственной жизни ИД_3 (ОПК3) владеет способностью анализировать культурные, социальные и политически значимые проблемы и процессы в стране и в мире;
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИД_1 (ОПК4) знает возможности практического использования коммуникационных кампаний в различных сферах деятельности, знает методы организации и проведения опросов потребителей и общественного мнения ИД_2 (ОПК4) умеет анализировать возможные ситуации на рынке, моделируя ту или иную коммуникационную компанию, уметь осуществлять обработку и подготовку данных для анализа ИД_3 (ОПК4) владеет навыками анализа, планирования, реализации и мониторинга коммуникационной компании
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	ИД_1 (ОПК5) знает основные модели коммуникационного процесса, основные виды коммуникации и их специфику; концепции интегрированных коммуникаций в системе маркетинга и менеджмента; виды, средства, формы и способы организации коммуникационного процесса в рекламных и PR – кампаниях, ИД_2 (ОПК5) знает особенности работы PR-отделов в коммерческих и некоммерческих организациях, стратегии создания эффективной коммуникации, принципы корпоративной культуры, возможности практического использования коммуникационных кампаний в различных сферах деятельности ИД_3 (ОПК5) умеет анализировать возможные ситуации на рынке при

		<p>разработке коммуникационной компании, применять на практике, анализировать рекламные и PR-кампании, выявлять барьеры, препятствующие эффективной коммуникации;</p> <p>ИД_4 (ОПК5) владеет навыками анализа, планирования, реализации и мониторинга коммуникационной компании, базовыми навыками организации и управления эффективной рекламной и PR - деятельностью; технологиями анализа рекламных и PR-кампаний; навыками работы с рекламными и PR-текстами, специализированными документами</p>
Технологии	<p>ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>ИД_1 (ОПК6) знает основы информационной культуры, виды информационно-коммуникационных технологий, основы информационной безопасности, основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации;</p> <p>ИД_2 (ОПК6) умеет использовать знания основ информационной культуры, методики информационно-коммуникационных технологий, методы информационной безопасности,</p> <p>ИД_3 (ОПК6) умеет производить анализ публичной информации, готовить аналитический отчет с выводами о коммуникационных угрозах, слабых сторонах, преимуществах и возможностях во взаимодействии с целевыми аудиториями объекта коммуникации, составлять базы данных</p> <p>ИД_4 (ОПК6) Владение на базовом уровне программами и средствами предоставления визуализации данных, технологиями работы с поисковыми сервисами поиска информации и базами данных, технологиями работы со специализированными базами СМИ и аналитическими системами.</p>
Эффекты	<p>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ИД_1 (ОПК7) Знать деловую этику и принятые профсообществом этические нормы профессии</p> <p>ИД_3 (ОПК7) Ориентироваться в основных принципах этики деловых отношений</p> <p>ИД_3 (ОПК7) Способностью к рефлексии и передаче собственного профессионального опыта</p>

Профессиональные компетенции:

Наименование категории (группы) профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции выпускника	Код и наименовании е индикатора достижения профессиональных компетенции
организационный	ПК-1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p>ИД_1 (ОП1) знать основные виды коммуникации и их специфику; концепции интегрированных коммуникаций в системе маркетинга и менеджмента;</p> <p>виды, средства, формы и методы интегрированных коммуникаций; формы и способы организации коммуникационного процесса в рекламных и PR – кампаниях,</p> <p>ИД_2 (ОП1) знать особенности работы PR-отделов в коммерческих и некоммерческих организациях, стратегии создания эффективной коммуникации, принципы корпоративной культуры, возможности практического использования коммуникационных кампаний в различных сферах деятельности</p> <p>ИД_3(ОП1) уметь анализировать возможные ситуации на рынке, моделируя ту или иную коммуникационную компанию, применять на практике навыки медиапланирование, выбирать наиболее адекватные ресурсы для размещения, информации оценивать эффективность коммуникационных моделей, ориентироваться в сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, анализировать рекламные и PR-кампании, выявлять барьеры, препятствующие эффективной коммуникации; ориентироваться в сущности различных разновидностей интегрированных коммуникаций; осуществлять выбор медиаканалов и медианосителей на основе концепции интегрированных коммуникаций; оценивать эффективность рекламных и PR-кампаний; применять методы и технологии интегрированных коммуникаций в профессиональной сфере</p> <p>ИД_3 (ОП1) владеть практическими навыками анализа, планирования, реализации и мониторинга коммуникационной</p>

		<p>компания, методологией анализа интегрированных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью; базовыми навыками организации и управления эффективной рекламной и PR - деятельностью; технологиями анализа рекламных и PR-кампаний; навыками работы с рекламными и PR-текстами, специализированными документами</p>
организационный	<p>ПК-2 Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов</p>	<p>ИД_1 (ОП2) виды коммуникационных кампаний и мероприятий, место и роль массовой информации, СМИ в структуре массовых коммуникаций; особенности технических средств массовой коммуникации; основные положения теории и практики массовой информации,</p> <p>ИД_3 (ОП2) знать принципы и правила создания рекламы и принципы работы в сфере связей с общественностью,</p> <p>ИД_3 (ОП2) уметь учитывать результаты исследований в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, выявлять и оценивать имидж личности и организации, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью, разрабатывать рекомендации по улучшению имиджа,</p> <p>ИД_4 (ОП2) владеть способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований,</p> <p>ИД_5 (ОП2) владеть приемами создания рекламы и рг-материалов, навыками формирования имиджа: личности, организации, навыками продвижения товара и услуг организации</p>
Маркетинговый	<p>ПК-3 Способен организовывать продвижение продукции СМИ</p>	<p>ИД_1 (ПК3) знать особенности и инструменты организации продвижения продукции СМИ</p> <p>ИД_2 (ПК3) уметь разрабатывать программу продвижения продукции СМИ, оценивать его экономическую, эффективность.</p> <p>ИТД_3 (ПК3) владеть навыками разработки маркетинговой стратегии</p>

		продвижения продукции СМИ
организационный	ПК-4 Способность организовывать и осуществлять работу по созданию и редактированию контента	<p>ИТД_1 (ПК4) знать технологии контент-менеджмента и контент-маркетинга, аудита сайта и мониторинга социальных сетей</p> <p>ИТД_2 (ПК4) уметь организовать работы по наполнению сайта текстовым и графическим контентом, собирать информацию из разных источников, систематизировать и излагать ее, писать, обрабатывать и перерабатывать тексты в различных стилях, создавать уникальный и разнообразный контент (текст, фото, видео)</p> <p>ИТД_3 (ПК4) владеть навыками разработке и создания качественного информационного контента, технологиями аудита сайта, анализа информационных потребностей посетителей сайта.</p>
маркетинговый	ПК-5 Способность владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов	<p>ИТД_1 (ПК5) знать формы представления результатов анализа; принципы сбора, обработки и анализа данных маркетинговой информации с целью изучения текущих проблем на товарном рынке и принятия маркетинговых решений;</p> <p>ИТД_2 (ПК5) уметь описывать выбранные явления, объекты исследования и факторы, оказывающие воздействие на их состояние;</p> <p>ИТД_3 (ПК5) уметь осуществлять обработку и подготовку данных для анализа, осуществлять подбор и проводить анализ научно-практической информации;</p> <p>ИТД_4 (ПК5) владеть навыками аналитического исследования и обработки данных; техниками обработки данных при формировании выводов и составлении отчета; навыками грамотного изложения результатов научных исследований, навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов. навыками проведения консалтинга</p> <p>ИТД_5 (ПК5) уметь осуществлять контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМ</p>
маркетинговый	ПК-6 Способность применять исследовательские инструменты при проведении маркетинговых и социологических исследований в	<p>ИТД_1 (ПК6) знать методы и технологию проведения маркетинговых и социологических исследований, основные характеристики и отличия методов сбора информации;</p>

	<p>профессиональной деятельности</p>	<p>принципы, виды, критерии и этапы сегментирования рынка; факторы, оказывающие влияние на имидж организации; принципы отбора и упорядочения собранных материалов путем их систематизации;</p> <p>ИТД_2 (ПК6) уметь организовать и проводить маркетинговые и социологические исследования, в том числе в области СМИ, организовывать опросы общественного мнения, потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ организации, : анализировать специфику управления организацией;</p> <p>ИТД_3 (ПК6) владеть навыками анализа результатов исследований, средствами, формами и технологиями аналитического исследования и статистической обработки данных; навыками оценки информации и подготовки принятия решений</p>
--	--------------------------------------	--

Перечень формируемых ПК

№ п/п	Тип профессиональной задачи/ профессиональная задача (требования ФГОС ВО)	Основание для формирования ПК (наименование ПС, требования работодателей и иные требования*)	Обобщенная трудовая функция/ трудовая функция (требования ПС)	Код ПК	Наименование ПК
1	организационный	06.009 ПС «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»	3.2. Организация продвижения продукции СМИ	ПК1 ПК2	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
		06.013 ПС «Специалист по информационным ресурсам»,	3.3.1. Организация работ по созданию и	ПК4	Способность организовывать и осуществлять работу по созданию и

			редактированию контента		редактирования контента
2	маркетинговый	06.009 ПС «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»	3.2.1. организация маркетинговых исследований в области СМИ 3.2.2. Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ 3.2.4. Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	ПК6 ПК-3 ПК5	Способность применять исследовательские инструменты при проведении маркетинговых и социологических исследований в профессиональной деятельности Способен организовывать продвижение продукции СМИ Способность владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в УлГУ

4.1. Учебный план по направлению подготовки

Учебный план подготовки бакалавра представляет собой перечень дисциплин, отвечающих за реализацию ОПОП по данному направлению и профилю подготовки. Учебный план содержит требования к уровню освоения дисциплин (компетенции), общую трудоемкость дисциплин, практики в зачетных единицах, а также их общую и аудиторную трудоемкость в часах.

В базовых частях учебных циклов указан перечень базовых дисциплин в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки. В вариативных частях учебных циклов указан самостоятельно сформированный вузом перечень и последовательность дисциплин в соответствии со спецификой вуза.

Программа бакалавриата состоит из следующих блоков:

Блок 1 «Дисциплины (модули)», который включает дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы, и дисциплины (модули), относящиеся к ее вариативной части;

Блок 2 «Практика», который в полном объеме относится к вариативной части программы;

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация», который в полном объеме относится к базовой части программы и завершается присвоением квалификации, указанной в перечне направлений подготовки высшего образования, утверждаемом Министерством образования и науки Российской Федерации.

Основная образовательная программа бакалавриата предусматривает изучение следующих частей:

- базовая часть;

- базовая вариативная часть обязательные дисциплины;
- базовая вариативная часть дисциплины по выбору;
- практика;
- государственная итоговая аттестация.

Дисциплины по выбору обучающихся составляют 30,6% суммарно по всем учебным циклам ОПОП.

Для каждой дисциплины и практики в учебном плане указаны виды учебной работы и формы промежуточной аттестации.

Реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Занятия лекционного типа составляет не более 40% общих аудиторных занятий.

4.2. Календарный учебный график

Календарный график разработан в соответствии с требованиями ФГОС ВО и размещен на первой странице учебного плана.

В нем указывается последовательность реализации ОПОП ВО, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, каникулы, указана общая трудоемкость дисциплин, практик, итоговой аттестации в зачетных единицах, а также в часах.

Календарный учебный график подготовки бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью» представлены в Приложении 2.

4.3. Рабочие программы дисциплин.

Дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы бакалавриата, являются обязательными для освоения обучающимся вне зависимости от направленности (профиля) программы бакалавриата, которую он осваивает. Набор дисциплин (модулей), относящихся к базовой части программы бакалавриата, УлГУ определяет самостоятельно в объеме, установленном настоящим ФГОС ВО, с учетом соответствующей примерной основной образовательной программы.

Дисциплины (модули) по философии, истории, иностранному языку, безопасности жизнедеятельности реализуются в рамках базовой части Блока 1 Дисциплины (модули) программы бакалавриата. Объем, содержание и порядок реализации указанных дисциплин (модулей) определяются организацией самостоятельно.

Дисциплины (модули) по физической культуре и спорту реализуются в рамках:

– базовой части Блока 1 Дисциплины (модули) программы бакалавриата в объеме не менее 72 академических часов (2 з.е.);

– элективных дисциплин (модулей) в объеме не менее 328 академических часов. Указанные академические часы являются обязательными для освоения и в зачетные единицы не переводятся.

В рабочих программах сформулированы цели и задачи учебных дисциплин, место в структуре ОПОП, требования к уровню освоения дисциплины (знания, умения и приобретаемые компетенции), изложено содержание курса, определены виды и темы занятий, указаны объем аудиторной и самостоятельной работы, общая трудоемкость и формы отчетности. В каждой программе представлены список основной и дополнительной литературы и фонды оценочных средств.

Рабочие программы учебных дисциплин представлены в Приложении 3.

4.4. Рабочие программы практики

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» раздел основной образовательной программы бакалавриата «Практика» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практика закрепляет знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся.

Учебная практика: профессионально-ознакомительная (1 курс)

Целью учебной практики являются:

Получение первичных профессиональных умений и навыков, в том числе в проектной деятельности.

Практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции, приобретаемые на данной практике:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Учебная практика: проектная деятельность (2 курс)

Целью учебной практики являются:

Получение первичных профессиональных умений и навыков, в том числе в проектной деятельности.

Практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции, приобретаемые на данной практике:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Производственная практика – научно-исследовательская деятельность (5-6 семестры)

Целью производственной практики являются: – расширение профессиональных знаний, полученных бакалаврами в процессе обучения, и формирование практических умений и навыков ведения самостоятельной научно-исследовательской работы по профилю.

Практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции, приобретаемые на данной практике:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ПК-5. Способность владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов

ПК-6. Способность применять исследовательские инструменты при проведении маркетинговых и социологических исследований в профессиональной деятельности

Производственная практика – профессионально-творческая (6 семестр)

Целью производственной практики являются: получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции, приобретаемые на данной практике:

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

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

ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ПК-1. Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

ПК-2. Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов

ПК-4. Способность организовывать и осуществлять работу по созданию и редактированию контента

ПК-5. Способность владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов

ПК-6. Способность применять исследовательские инструменты при проведении маркетинговых и социологических исследований в профессиональной деятельности

Преддипломная практика (5 курс)

Целью преддипломной практики являются: выполнение выпускной квалификационной работы.

Практические навыки, умения, универсальные и профессиональные компетенции, приобретаемые на данной практике.

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

- УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
- УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
- УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
- УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
- УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
- УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
- ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
- ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
- ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
- ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
- 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
- ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
- ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
- ПК-1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
- ПК-2 Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов
- ПК-3 Способен организовывать продвижение продукции СМИ
- ПК-4 Способность организовывать и осуществлять работу по созданию и редактированию контента
- ПК-5 Способность владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов
- ПК-6 Способность применять исследовательские инструменты при проведении маркетинговых и социологических исследований в профессиональной деятельности

В качестве мест практики кафедра определяет организации (предприятия, учреждения), специализирующиеся на оказании услуг в сфере маркетинговых коммуникаций, прежде всего, в сфере рекламы и связей с общественностью, а также имеющие в своей организационной структуре соответствующие подразделения. К ним относятся маркетинговые, рекламные агентства и агентства по связям с общественностью, консалтинговые компании, а также академические институты и исследовательские агентства,

органы государственной власти и т.д. Учебная и (или) производственная практика могут проводиться в структурных подразделениях организации.

Практика может быть проведена:

- в коммерческих структурах, частных компаниях;
- в министерствах, ведомствах и других государственных учреждениях в подразделениях по связям с общественностью, пресс-центрах и т.д.;
- в областных, городских, местных администрациях;
- в штабах политических партий, объединений;
- в средствах массовой информации;
- в общественных организациях;
- в научных и учебных организациях и т.д.

Объем учебной практики - профессиональной ознакомительной – 3 зет (проводится во 2 семестре), учебной практики – проектной деятельности – 6 зет (проводится в 4 семестре) производственной практики (профессионально- творческой)– 6 зет (6 семестр), производственной практики (научно-исследовательская работа) 3-курса – 6 зет (5-6 семестры), 5 курс - преддипломной – 6 зет (9 семестр).

4.5. Программа ГИА

Программа государственной итоговой аттестации определяет порядок проведения государственной итоговой аттестации по основной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Ульяновского государственного университета. Она разработана в соответствии с Программой государственной аттестации составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования к освоению основных образовательных программ бакалавриата по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», документированной процедурой «Проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования и высшего образования (бакалавриат, специалитет, магистратура)»).

Итоговая государственная аттестация предусматривает оценку качества освоения основной профессиональной образовательной программы и включает:

- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

5. Фактическое ресурсное обеспечение ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в УлГУ

5.1. Кадровое обеспечение учебного процесса.

Кадровое обеспечение основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Квалификация научно-педагогических работников соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, в соответствующем разделе руководителей и специалистов высшего образования.

Квалификация педагогических работников Организации должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Не менее 70 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), должны вести научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Не менее 5 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), должны являться 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).

Не менее 60 процентов численности педагогических работников Организации и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Организации на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), должны иметь 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).

Реализацию основной образовательной программы осуществляют научно-педагогические кадры следующих кафедр: связей с общественностью, рекламы и культурологи, философии; английского языка для профессиональной деятельности; немецкого и французского языков; истории Отечества, регионоведения и международных отношений; русского языка и методики его преподавания; психологии и педагогики; теории и истории государства и права; техносферной безопасности; дизайна и искусства интерьеры, математического моделирования технических систем, теории и истории государства и права, экономики и предпринимательства, кафедра управления, физической культуры.

Научно-педагогические кадры, обеспечивающие реализацию ОПОП, имеют базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины. Преподаватели кафедры регулярно осуществляют научно-методическую и научно-исследовательскую работу, раз в 3 года проходят повышение квалификации.

Фактическое ресурсное обеспечение данной ОПОП формируется на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ бакалавриата, определяемых ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного процесса.

Библиотечно-информационное и учебно-методическое обеспечение учебного процесса университета осуществляется научной библиотекой УлГУ.

Общая площадь библиотеки 2556,47 кв. м. Количество посадочных мест в читальных залах 386. Количество компьютеризированных посадочных читательских мест 70.

Реализация основных образовательных программ бакалавров обеспечивается доступом каждого обучающегося к полнотекстовым и библиографическим базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню дисциплин образовательной программы.

Выписывается 129 наименований журналов. Перечень выписываемых периодических изданий соответствует рекомендованным ФГОС ВО в качестве дополнительной литературы и широко используется в процессе обучения студентов.

Общий фонд библиотеки по искусству составляет 23567 экземпляров.

Фонд электронных изданий НБ УлГУ составляет 3265 экземпляров, из них 759 – локальные сетевые издания, размещенные на библиотечном сервере университета. Выход на полные тексты локальных сетевых изданий осуществляется через библиографические описания документов в электронном каталоге через модуль «Поиск» АИБС MAPK-SQL. На библиосerverе размещено 317 - учебно-методических пособий преподавателей университета, которые широко используются в учебном процессе.

Электронные учебники, разработанные преподавателями университета, также доступны студентам и преподавателям на образовательном портале УлГУ <http://edu.ulsu.ru/>. В настоящий момент на образовательном портале размещено более 400 интерактивных учебников различной тематики.

Основная учебно-методическая литература, рекомендованная в программах дисциплин в качестве обязательной, обеспечивает высокий современный уровень подготовки бакалавров. Работа по формированию библиотечного фонда научной библиотеки УлГУ осуществляется в соответствии приказами Министерства образования и науки РФ и требованиями ФГОС ВО.

Объем фонда основной учебной литературы составляет по количеству названий 60 % от всего библиотечного фонда.

Студенты обслуживаются на абонементных и читальных залах научной библиотеки. Обеспечен 100% доступ студентов направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» к фондам учебной и учебно-методической литературы по основным изучаемым дисциплинам, к ЭБС, научным базам данных, сформированным на основании прямых договоров с правообладателями. Визуальный осмотр ЭБС вуза, электронно-обучающей системы «IPRbooks» показывает, что 100% дисциплин обеспечены учебно-методическими электронными ресурсами не менее 3 единиц. Доступ к ЭБС может осуществляться с любого компьютера, имеющего выход в интернет, после авторизации в вузе. Доступ к научным электронным библиотекам осуществляется с любого компьютера университета.

Библиотечный фонд университета укомплектован печатными и электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными за последние 10 лет (для дисциплин базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла - за последние пять лет).

Основная профессиональная образовательная программа обеспечена учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам (модулям) основной образовательной программы.

Студенты, обучающиеся по направлению бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» имеют доступ к следующим научным и учебным электронным библиотекам и системам:

- Электронно-библиотечная система «IPRbooks»;
- Электронная библиотека диссертаций РГБ;

- ЭБ издательства Springer;
- Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ);
- Журналы издательства Cambridge University Press (CUP);
- Журналы издательства Taylor & Francis .

Фонд дополнительной литературы представлен:

- официальными изданиями;
- справочно-библиографическими изданиями (отраслевые словари, справочники, энциклопедии);
- периодическими изданиями;
- научными изданиями и др.

УлГУ участвует в программе MSDN Academic Alliance, предусматривающей поставку широкого спектра программного обеспечения Microsoft по льготной стоимости для использования в учебном процессе. Подписка ведется непрерывно с 2004 г. В настоящее время в учебном процессе используется в основном следующее ПО, полученное в рамках этой программы:

1. Операционные системы Microsoft: Windows XP, Windows 7, Windows 8, Windows Server 2012 R2, Windows Server 2008 R2 и др.
2. Серверные продукты и платформы Microsoft: MS SQL Server 2012, MS SQL Server 2008, Exchange Server, Commerce Server, BizTalk Server и др.
3. Среда программирования Microsoft Visual Studio Net.
4. Компоненты Microsoft Office: MS Access, Visio, Project и др.
5. Sibelius 7.5.1 Build 209.

Полнофункциональные версии ПО позволяют не только эффективно обучать студентов основам информационных технологий, но и воспитывать информационную культуру, столь необходимую современному специалисту.

При подготовке бакалавров, обучающихся по направлению бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» используется программное обеспечение, устанавливаемое в компьютерных классах по заявкам преподавателей, учебные ресурсы на электронных носителях, выдаваемые в виртуальных читальных залах, электронные справочники, базы данных и полнотекстовые архивы. К их числу относятся справочные материалы и интерактивные электронно-методические пособия и учебники.

Доступ к указанным ресурсам осуществляется благодаря подписке университета на электронные версии журналов, справочников и полнотекстовые базы данных (электронная библиотека диссертаций РГБ, библиотека онлайн и др.).

В учебном процессе по направлению бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» предусмотрено использование новых информационных технологий и вычислительной техники. Компьютерные классы университета оснащены современным оборудованием, лицензионно-чистым программным обеспечением (ПО).

В рамках преподавания общепрофессиональных, специальных и дисциплин по направлению бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» используются следующие лицензионные программные продукты Photoshop CS4 EXT Russian 11.0, Photoshop Extended CS5 12 Academic Edition License Russian Windows, CorelDRAW Graphics Suite X6 Education License.

Во всех корпусах университета на кафедрах и в компьютерных классах обеспечен широкополосный доступ к сети Интернет. Студенты, обучающиеся по направлению бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» имеют свободный доступ в компьютерные классы для работы с Интернет-ресурсами, выполнения курсовых и дипломных работ

Библиотека, руководствуясь сметой расходов, тематическим планом комплектования и информационными планами издательств, использует различные возможности для расширения и обновления библиотечных фондов. Основными источниками комплектования являются: покупка литературы по заявкам кафедр, подписка на периодические издания, поступления из Издательского центра УлГУ, книгообмен, пожертвования.

С целью анализа книгообеспеченности образовательного процесса библиотека ведет в автоматизированном режиме картотеку книгообеспеченности. Преподаватели университета на своих автоматизированных рабочих местах могут ознакомиться с перечнем и количеством литературы, имеющейся в фонде библиотеки по дисциплине, используя электронный каталог.

Наряду с традиционными формами обслуживания в университете работает электронная библиотека, в рамках которой формируется фонд распределенных информационных ресурсов, развивается ИКТ-инфраструктура системы информационно-библиотечных услуг и информационных ресурсов Университета.

Для продвижения полнотекстовых ресурсов библиотека проводит обучающие семинары и практические занятия.

5.3. Материально-техническое обеспечение учебного процесса.

УлГУ располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической, художественно-творческой и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом вуза и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Факультет культуры и искусства располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренными учебными планами и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам:

- Научная библиотека УлГУ, фонды которой насчитывают 723 241 экз., в т.ч. 171 715 экз. научной литературы, 336 619 экз. учебной литературы, 39 505 экз. учебно-методической литературы, 23567 экз. изданий по искусству. Фонд электронных изданий НБ УлГУ составляет 3265 экземпляров, из них 759 – локальные сетевые издания, размещенные на библиотечном сервере университета. Фонд электронных изданий на дисках составляет 2504 экземпляров. Библиотека УлГУ располагает 8 читальными залами;

- Лингафонный кабинет;

- Для проведения занятий по большинству дисциплин в соответствии с учебным планом используются лекционные аудитории для чтения лекций, групповые аудитории для ведения семинарских занятий. Для проведения занятий используются лекционные аудитории с мультимедийным оборудованием.

- Компьютерные классы, оборудованные персональными компьютерами и другой необходимой аппаратурой. Занятия по компьютерным технологиям и информатике проводятся на базе Компьютерного класса (Набережная р. Свяги (корпус №3)), оснащенного локальной сетью с выходом в международные и российские информационные сети.

- Медиацентр, оснащенный специализированным оборудованием аудио- и видеозаписи (АСК (аппаратно-студийный комплекс), включающий в себя студию телевидения, 3 АВМ (аппаратные видеомонтажа на базе компьютеров IBMPC, программное обеспечение ADOBE, CORELDRAW, MATROX), системы видеозахвата и обработки изображения формата IEEE 1394, MATROX, DATAVIDEO, CANOPUS, студию звукозаписи с профессиональным оборудованием Yamaha, SHURE, AGA и AB3 (аппаратная видеозаписи).

Научная библиотека УлГУ в сотрудничестве с Национальным электронно-информационным консорциумом (НЭИКОН), Российским фондом фундаментальных исследований (РФФИ), Российской государственной библиотекой (РГБ) получила возможность предоставить своим читателям доступ к актуальной мировой научной информации. С 01.01.2017 по 31.12.2017 УлГУ предоставлен доступ к международной базе научного цитирования - Web of Science, поисковой платформе компании Thomson Reuters, объединяющей реферативные базы данных публикаций в научных журналах и патенты, в том числе базы, учитывающие взаимное цитирование публикаций.

Каждому обучающемуся предоставляется доступ к сети Интернет в объеме не менее двух часов в неделю. Вуз обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

В настоящее время парк компьютерной техники Ульяновского государственного университета насчитывает 1 767 ед. 1 715 (97%) компьютера объединены в корпоративную локальную вычислительную сеть на основе оптоволоконных каналов передачи данных с распределенной системой специализированных серверов, обеспечивающих выход в Интернет. Университет имеет выход в глобальные сети, в том числе – в глобальную научно-образовательную сеть передачи данных для нужд системы образования RUNNet по наземным каналам общей емкостью 130 Мб/с.

В УлГУ внедрены система электронного документооборота «Документооборот-Проф», а также система управления учебным процессом «Tandem Univesity».

В настоящее время занятия студентов по направлению бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» проводятся в следующих учебных корпусах: ул. 12 Сентября, 5а (здание находится в безвозмездном пользовании), ул. Л. Толстого, 38 (аренда), Набережная р. Свияги (корпус №3) и Медиа-Центре УлГУ (оба здания находятся в оперативном управлении). Занятия по физической культуре проходят в физкультурно-оздоровительном комплексе УлГУ, так же находящимся в оперативном управлении.

5.4. Организация реализации образовательной деятельности по ОПОП ВО для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ.

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации

6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников

В УлГУ созданы условия для развития личности и регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданских, общекультурных качеств обучающихся.

Организация воспитательной работы в вузе осуществляется на основе взаимодействия учебных, административных и общественных структур и реализуется на всех уровнях: в образовательном процессе, во внеучебное время, в процессе межличностных контактов. Воспитательная и внеучебная работа со студентами включает два основных направления: поддержка академической активности и личностное развитие студентов.

Поддержка академической активности обучаемых осуществляется в процессе эффективной работы студенческих общественных организаций – студенческого совета, студенческого профсоюза, совета молодых специалистов, а также благодаря наличию структур студенческого самоуправления – старостата.

Для адаптации студентов I курса к условиям ВУЗа проводятся собрания с первокурсниками, посвящение в студенты, формируется актив академических групп, организовываются тренинги по командообразованию. В рамках акции «Первокурсник в музее» с первокурсниками проводятся посещения музея истории УлГУ.

Студенты принимают активное участие в организации и проведении общеуниверситетских мероприятий («День знаний», «Татьянин день», «Студенческая весна», «Студенческая осень» и др.), а также в городских, областных и региональных акциях, посвященных государственным праздникам, памятным датам, значительным событиям. Важным направлением воспитательной работы являются трудовое воспитание и привлечение студентов к оздоровительным мероприятиям.

Большое значение для формирования общекультурных компетенций студентов имеет участие в творческих встречах с видными деятелями отечественной и зарубежной культуры. Студентам предоставляется возможность участия в проектах с международным участием: выставках, круглых столах, концертах, публичных лекциях, дискуссиях.

Социальная политика УлГУ направлена на реализацию социальных программ, одной из которых является обеспечение студентов временным жильем на базе общежитий. Студенческое общежитие УлГУ на 450 койко-мест расположено по адресу: ул. Водопроводная, д.3. Заселение студентов в общежития университета производится в четком соответствии с Положением о студенческом общежитии УлГУ.

На базе городской студенческой поликлиники работают здравпункты УлГУ, оказывающие медицинские услуги и ведущие санитарно-просветительскую работу.

Одним из приоритетных направлений социальной политики УлГУ является организация отдыха и санаторно-курортного лечения студентов университета. В настоящее время в структуру университетского санаторно-оздоровительного комплекса «Чайка» входят: база отдыха на 146 мест и санаторий-профилакторий на 54 места, реализующие программы с различным набором медицинских услуг («Антистресс», «Будь здоров», «Здоровое поколение»).

В корпусах УлГУ имеются 5 столовых и 12 буфетов на 770 посадочных мест. В среднем, услугами столовых и буфетов пользуются около 3 тыс. человек в день, собственная продукция столовых сертифицирована.

В УлГУ функционирует физкультурно-оздоровительный комплекс, объединяющий сеть спортивных сооружений университета:

- ФОК (игровой зал, тренажерный зал, фитнес-зал, вспомогательные помещения);
- Стадион с искусственным синтетическим покрытием (футбольное поле, беговые дорожки 4×400 м. по кругу и 6×100 м. по прямой, две баскетбольные площадки, волейбольная площадка, силовой городок и сектор для прыжков в длину, трибуны на 1000 мест);
- УСК (игровой зал, зал для спортивной борьбы, зал бокса, зал спортивной гимнастики, фитнес-зал, зал ЛФК, скалодром и ряд вспомогательных помещений);
- Теннисные корты (4 открытых площадки).
- Бассейн «Акваклуб».

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ОПОП разработаны и утверждены фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Эти фонды включают: контрольные вопросы и типовые задания для семинарских и практических занятий, контрольных работ, зачетов и экзаменов; тесты; примерную тематику рефератов, а также иные формы контроля, позволяющие оценить знания, умения и степень сформированности компетенций обучающихся.

Основными видами контроля уровня учебных достижений студентов (знаний, умений, компетенций) по дисциплине или практике (учебной, производственной, преддипломной) в течение семестра являются:

- текущий контроль;
- промежуточный контроль по дисциплине – во время сессии.

Текущий контроль - это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний, формирования умений и навыков их применения, развития личностных качеств студента за фиксируемый период времени.

Формами текущего контроля могут быть: устный опрос; письменный опрос; тестирование; контрольные работы; проверка выполнения индивидуальных домашних заданий, рефератов и эссе; проверка выполнения разделов курсового проекта (работы); проверка выполнения заданий по практике; дискуссии, тренинги; коллоквиумы; контроль выполнения и проверка отчетности по практическим работам. Возможны и другие формы текущего контроля результатов, которые определяются преподавателями кафедры и фиксируются в рабочей программе дисциплины.

Текущий контроль проводится в период аудиторной и самостоятельной работы студента в установленные сроки по расписанию.

Промежуточный контроль по дисциплине (сессия) – это форма контроля, проводимая по завершению изучения дисциплины в семестре. Время проведения и продолжительность промежуточного контроля по дисциплинам семестра устанавливается графиком учебного процесса университета.

В промежуточную аттестацию по дисциплине могут включаться следующие формы контроля: экзамен; зачет; тестирование. Возможны и другие формы промежуточного контроля по дисциплине.

Формы всех видов контроля, промежуточной аттестации и фонды оценочных средств разрабатываются каждой кафедрой исходя из специфики дисциплины, оформляются в виде приложений к рабочей программе учебной дисциплины и утверждаются в установленном порядке.

Фонды оценочных средств являются полными и адекватными отображениями требований ФГОС ВО по данному направлению подготовки, соответствуют целям и задачам конкретной ОПОП подготовки бакалавра и ее учебному плану. Они призваны обеспечивать оценку качества универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, приобретаемых выпускником в соответствии с этими требованиями.

При разработке оценочных средств для контроля качества изучения дисциплин, учебной практики учтены разнообразные виды связей между включенными в них знаниями, умениями, навыками, позволяющие установить качество сформированных у обучающихся компетенций по видам деятельности и степень общей готовности выпускников к профессиональной деятельности.

7.2. Фонд оценочных средств для проведения ГИА

Государственная итоговая аттестация выпускника высшего учебного заведения является обязательной и осуществляется после освоения ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в полном объеме.

Аттестационные испытания, входящие в состав государственной итоговой аттестации выпускника, полностью соответствуют основной образовательной программе бакалавра, которую он освоил за время обучения. Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы определяются УлГУ на основании ФГОС ВО в части требований к результатам освоения основной образовательной программы бакалавриата. Выпускающей кафедрой разработаны методические документы, регламентирующие проведение государственной итоговой аттестации: программа государственной итоговой аттестации, методическое пособие по выполнению выпускной квалификационной работы, подготовки в государственному экзамену, фонды оценочных средств для итоговой аттестации.

Приложения

1. Учебный план.
2. Календарный учебный график .
3. Рабочие программы дисциплин.
4. Фонды оценочных средств по дисциплинам
5. Аннотации рабочих программ дисциплин
6. Программы практик.
7. Фонды оценочных средств по практикам
8. Программа государственной итоговой аттестации выпускников по ОПОП ВО.
9. Фонд оценочных средств по государственной итоговой аттестации выпускников по ОПОП ВО

Общество с ограниченной ответственностью

«ПРАЙМ»

РЕЦЕНЗИЯ

на фонды оценочных средств

**основной профессиональной образовательной высшего образования по
направлению подготовки**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с
общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях» ФГБОУ
ВО Ульяновский государственный университет
(набор 2019 года)**

**На рецензирование были представлены фонды оценочных средств (ФОС)
ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в
коммерческих и некоммерческих организациях» ФГБОУ ВО Ульяновский
государственный университет, разработанной коллективом авторов ФГБОУ
ВО УЛГУ**

Были проанализированы оценочные средства и ФОС по следующим дисциплинам:

- Антропология визуальных коммуникаций
- Безопасность жизнедеятельности
- Введение в теорию и практику рекламы
- Ведение в теорию и практику связей с общественностью
- Внутрифирменные коммуникации
- Деловое общение в рекламе и связях с общественностью
- Демография и социальная статистика
- Иностранный язык
- Интернациональная и национальная реклама
- Инфографика и визуализация коммуникационного продукта
- Информатика
- Искусство
- История
- Коммуникации в политических процессах и институтах

ООО «ПРАЙМ» ИНН 7325124234/ КПП 732501001 ОГРН 1137325006301

Р/с: 40702810210310001226

в банке ФИЛИАЛ "ЦЕНТРАЛЬНЫЙ" БАНКА ВТБ (ПАО)

БИК: 044525411

к/с: 30101810145250000411

Юридический адрес: 432017, г. Ульяновск, ул. Гончарова, 23/11, офис 12/13

Почтовый адрес: 432017, г. Ульяновск, ул. Гончарова, 23/11

тел./факс (8422) 41-44-41

- Коммуникационный менеджмент
- Компьютерная графика и дизайн в рекламе
- Консалтинг в рекламе и связях с общественностью
- Конструирование рекламы
- Креативные технологии в рекламе
- Культурология
- Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
- Медиапланирование
- Методы научных исследований
- Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью
- Организация рекламных и ПР-мероприятий
- Основы брендинга
- Основы интегрированных коммуникаций
- Основы конфликтологии
- Основы маркетинга
- Основы менеджмента
- Основы предпринимательского права
- Основы проектного управления
- Основы теории коммуникации
- Планирование антикризисных коммуникации
- Планирование ПР-кампаний
- Планирование рекламных кампаний
- Поведение потребителей
- Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью
- Продвижение в сети Интернет
- Продвижение и информационных продуктов и услуг
- Продвижение СМИ
- Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью
- Психология и педагогика
- Психология массовых коммуникаций
- PR-технологии в сфере культуры
- Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью
- Работа с рекламными и PR-текстами
- Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях
- Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью
- Русский язык и культура речи
- Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях
- Современная пресс-служба
- Современные международные отношения и система глобальных коммуникаций
- Социальное предпринимательство
- Социальные институты и процессы
- Социология массовых коммуникаций
- Стилистика и литературное редактирование
- Стимулирование сбыта
- Теория и практика массовой информации

ООО «ПРАЙМ» ИНН 7325124234/ КПП 732501001 ОГРН 1137325006301

Р/с: 40702810210310001226

в банке ФИЛИАЛ "ЦЕНТРАЛЬНЫЙ" БАНКА ВТБ (ПАО)

БИК: 044525411

к/с: 30101810145250000411

Юридический адрес: 432017, г. Ульяновск, ул. Гончарова, 23/11, офис 12/13

Почтовый адрес: 432017, г. Ульяновск, ул. Гончарова, 23/11

тел./факс (8422) 41-44-41

- Технологии имиджмейкинга
- Технологии производства рекламного продукта
- Управление информацией (контентом) интернет-ресурсов
- Управление общественным мнением
- Физическая культура и спорт
- Философия
- Цифровой маркетинг
- Практика
- Государственная итоговая аттестация

Разработчиками представлен комплект документов включающий:

- перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающийся в результате освоения ОПОП ВО (матрица компетенций),
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения ОПОП ВО;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков.

Рассмотрев представленные на рецензирование материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Структура и содержание ФОС. Фонд оценочных средств ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях» ФГБОУ ВО Ульяновский государственный университет, соответствует требованиям, предъявляемым к структуре, содержанию фондов оценочных средств ОПОП ВО.

А именно:

- Перечень формируемых компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения ОПОП ВО, соответствует ФГОС (ВПО).
 - Показатели и критерии оценивания компетенций, а также шкалы оценивания обеспечивают возможность проведения всесторонней оценки результаты обучения, уровней сформированности компетенций.
 - Контрольные задания и иные материалы оценки результатов освоения ОПОП ВО разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определённости, однозначности, надёжности; соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств, полноте по количественному составу оценочных средств и позволяют объективно оценить результаты обучения, уровни сформированности компетенций.
 - Методические материалы ФОС содержат чётко сформулированные рекомендации по проведению процедуры оценивания результатов обучения и сформированности компетенций.
2. Направленность ФОС ОПОП ВО соответствует целям ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях», будущей профессиональной деятельности студента.
3. Объём ФОС соответствует учебному плану подготовки бакалавра.
4. Качество оценочных средств и ФОС в целом обеспечивают объективность и достоверность результатов при проведении оценивания с различными целями.

Таким образом, структура, содержание, направленность, объём и качество ФОС ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и

ООО «ПРАЙМ» ИНН 7325124234/ КПП 732501001 ОГРН 1137325006301

Р/с: 40702810210310001226

в банке ФИЛИАЛ "ЦЕНТРАЛЬНЫЙ" БАНКА ВТБ (ПАО)

БИК: 044525411

к/с: 30101810145250000411

Юридический адрес: 432017, г. Ульяновск, ул. Гончарова, 23/11, офис 12/13

Почтовый адрес: 432017, г. Ульяновск, ул. Гончарова, 23/11

тел./факс (8422) 41-44-41

связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях» отвечают предъявляемым требованиям.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ На основании проведенного рецензирования можно сделать заключение, что ФОС ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях», разработанный коллективом авторов ФГБОУ ВО УлГУ, соответствует требованиям образовательного стандарта, современным требованиям рынка труда, и может быть рекомендован к использованию в учебном процессе подготовки по указанной программе.

25 мая 2019 года

Рецензент:
Директор
ООО «ПРАЙМ»



К.Ю.Ильин

ООО «ПРАЙМ» ИНН 7325124234/ КПП 732501001 ОГРН 1137325006301
Р/с: 40702810210310001226
в банке ФИЛИАЛ "ЦЕНТРАЛЬНЫЙ" БАНКА ВТБ (ПАО)
БИК: 044525411
к/с: 30101810145250000411
Юридический адрес: 432017, г. Ульяновск, ул. Гончарова, 23/11, офис 12/13
Почтовый адрес: 432017, г. Ульяновск, ул. Гончарова, 23/11
тел./факс (8422) 41-44-41

Индивидуальный Предприниматель АГАКИШИЕВА ЭЛЬМИРА ШАМИСТАНОВНА

Юридический адрес: 432063, г. Ульяновск, ул. Корякина, д.33; ИНН:732800546489,
432063, г. Ульяновск, ул. Гончарова, д. 23, 5 этаж, приемная; тел: (8422) 42-09-09; ОГРНИП:304732511800113, р/с:
Свидетельство о внесении в ЕГРИП, 73 №000673797 от 27 апреля 2004 г. Ульяновском отделении № 8588 ПАО СБЕРБАНК
К/с 30101810000000000602, БИК 047308602

РЕЦЕНЗИЯ

на основную профессиональную образовательную программу

направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

заочной формы обучения,

факультет культуры и искусства ФГБОУ ВО Ульяновского государственного университета

Представленная основная образовательная программа по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» соответствует требованиям ФГОС ВО, утвержденному приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017 г. N512. Представлены документы, регламентирующие цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценки качества подготовки выпускников по данному направлению.

Выпускники, по программе бакалавриата могут осуществлять профессиональную деятельность в следующих областях:

- Сфера рекламы и связей с общественностью.
- Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиoproграммы, онлайн-ресурсы);
- Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации);

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению организационных и маркетинговых задач профессиональной деятельности.

Профессиональные компетенции, устанавливаемые программой бакалавриата, формируются на основе профессиональных стандартов, а также на основе требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда.

Предлагаемые формы и средства контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Оценочные средства для итогового контроля успеваемости и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов представлены в полном объеме.

Разработанную и представленную для рецензии ОПОП рекомендуется к использованию в процессе подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Индивидуальный предприниматель

16.05.2019.



Э.Ш.Агакишиева

