

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Московский государственный университет  
культуры и искусств

Утверждаю: Ректор МГУКИ _____ Р.Г.Абдулатипов « ____ » _____ 2011 г.
Номер внутривузовской регистрации _____

ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки

031600 «Реклама и связи с общественностью»

Профили подготовки:

1. Реклама и связи с общественностью в отрасли
2. Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
3. Реклама и связи с общественностью в политике
4. Реклама и связи с общественностью в некоммерческой сфере

Квалификация (степень)

Бакалавр

Формы обучения:

Очная, очно-заочная

Москва - 2011г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ
  - 1.1. Основная образовательная программа высшего профессионального образования (ООП ВПО) (бакалавриат), реализуемая вузом по направлению подготовки 031600 «Реклама и связи с общественностью»
  - 1.2. Нормативные документы для разработки ООП (бакалавриат) по направлению подготовки.
  - 1.3. Общая характеристика вузовской основной образовательной программы высшего профессионального образования (бакалавриат).
    - 1.3.1. Миссия, цели и задачи ООП ВПО по направлению подготовки
    - 1.3.2. Срок освоения ООП ВПО (бакалавриат)
    - 1.3.3. Трудоемкость ООП ВПО (бакалавриат)
  - 1.4. Требования к абитуриенту.
2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ООП (БАКАЛАВРИАТ) ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ.
  - 2.1. Область профессиональной деятельности выпускника.
  - 2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника.
  - 2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника.
  - 2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника.
3. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА КАК СОВОКУПНЫЙ ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ ООП ВПО.
4. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ООП ВПО (БАКАЛАВРИАТ) ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 031600 «Реклама и связи с общественностью».
  - 4.1. Компетентностно-ориентированный учебный план и календарный учебный график
  - 4.2. Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)
  - 4.3. Программы учебных и производственных практик
  - 4.4. Программа итоговых комплексных испытаний (итоговой государственной аттестации) студентов-выпускников вуза
  - 4.5. Сквозная программа наддисциплинарного учебного курса «Содержание и организация учебной деятельности студентов при

освоении компетентностно-ориентированной ООП ВПО в соответствии с требованиями ФГОС ВПО»

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА
- 6.
7. СА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ООП ВПО.
6. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ ООП ВПО.
7. ОСНОВНЫЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ВУЗЕ В СООТВЕТСТВИИ С ООП ВПО.
8. ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ (СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ) КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ.
9. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ООП БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ.
  - 9.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
  - 9.2. Итоговая государственная аттестация студентов-выпускников вуза

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Основная образовательная программа высшего профессионального образования (бакалавриата), реализуемая МГУКИ по направлению подготовки 031600 «Реклама и связи с общественностью» и профилям подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли», «Реклама и связи с общественностью в экономике», «Реклама и связи с общественностью в политике», «Реклама и связи с общественностью в некоммерческой сфере».

(далее – ООП ВПО)

ООП ВПО представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением с учетом потребностей регионального рынка труда на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031600 «Реклама и связи с общественностью».

ООП ВПО 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 курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практики, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

1.2. Нормативные документы для разработки ООП (бакалавриата) по направлению подготовки

Нормативно-правовую базу разработки ООП ВПО составляют:

- Федеральные законы Российской Федерации: «Об образовании» (от 10

июля 1992 года №3266-1) и «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» (от 22 августа 1996 года №125-ФЗ);

- Федеральные законы Российской Федерации: «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части изменения понятия и структуры государственного образовательного стандарта» (от 1 декабря 2007 года № 309-ФЗ) и «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (в части установления уровней высшего профессионального образования)» (от 24 декабря 2007 года № 232-ФЗ).

- Типовое положение об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении), утвержденное постановлением Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2008 года № 71 (далее – Типовое положение о вузе);

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью» (бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «29» марта 2010 г. № 221;

- Нормативно-методические документы Минобрнауки России;

- Устав Московского государственного университета культуры и искусств

1.3. Общая характеристика вузовской основной образовательной программы высшего профессионального образования (бакалавриат)

1.3.1. Миссия, цели и задачи ООП ВПО по направлению подготовки

Миссия ООП ВПО по направлению «Реклама и связи с общественностью» заключается в создании условий для подготовки высококвалифицированных кадров в соответствии с традициями российской высшей школы, с использованием новых образовательных технологий, развитию у студентов личностных качеств и профессиональных компетенций, необходимых для успешной и квалифицированной деятельности с учетом культурных приоритетов социума

Цели и задачи ООП ВПО по направлению подготовки 031600 «Реклама и связи с общественностью»:

-Подготовка в области основ гуманитарных, социальных, культурологических, правовых, экономических, математических и естественнонаучных знаний, получение высшего профессионального профилированного образования, позволяющего выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности, обладать универсальными и предметно-специализированными компетенциями, способствующими его социальной мобильности и устойчивости на рынке труда.

Подготовка выпускника, который обладает знаниями и умением

подготовки и реализации программ по формированию общественного мнения в следующих сферах: процессы и явления внутривнутриполитической и международной жизни; проблемы глобализации; межнациональные, межэтнические и международные отношения; социально-экономические и социально-политические проблемы города, региона, страны и современного мира в целом; международные, общенациональные, региональные и местные информационные потоки; научное и культурное сотрудничество; информационное обеспечение внутренней и внешней политики; формирование общественного мнения внутри страны и за рубежом; процессы создания единого международного экономического, образовательного, экологического, культурного и информационного пространства; процессы, связанные со строительством безопасного мира; рыночные процессы.

Подготовка выпускника, который обладает знаниями и умением разработки и реализации программ по управлению и организации рекламной деятельности и связей с общественностью в таких сферах, как коммерческая, социальная, политическая, общественная и др., а также в национальных и международных масштабах с учетом специфики соответствующих отраслей экономики и промышленности и особенностей развития города, региона, страны и современного мира в целом, в том числе процессов глобализации; научного и культурного сотрудничества; информационных и телекоммуникационных технологий рекламной деятельности, ее новых креативных составляющих.

Подготовка выпускника, который обладает высокой гражданской позицией и ответственностью, учитывает высокую степень влияния интегрированных коммуникаций (связей с общественностью и рекламных действий) на развитие культуры, жизненных ценностей и ориентиров, а также языка населения, имеет высокие стандарты требований по защите экологической окружающей среды.

В области воспитания личности целью ВПО по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» является:

Подготовка выпускника, обладающего целеустремленностью, организованностью, трудолюбием, ответственностью, гражданственностью, коммуникабельностью, толерантностью, высокой общей культурой.

Выпускник должен обладать умением выражать свои чувства и отношения, критическим осмыслением явлений и процессов, способностью к самокритике; выработать навыки, связанные с процессами взаимодействия и сотрудничества; должен демонстрировать умение работать в группах, принимать социальные и этические обязательства; обладать когнитивными способностями, способностью понимать окружающую среду и управлять ею, планировать работу, выстраивать стратегии обучения, принятия решений и разрешения проблем; может применить технические умения, выработать навыки использования техники, компьютерные навыки; должен демонстрировать способность информационного управления,

лингвистического умения, коммуникативных компетенций.

1.3.2. Срок освоения ООП ВПО (бакалавриат ) по направлению 031600 «Реклама и связи с общественностью»

Нормативный срок освоения ООП (для очной формы обучения) составляет 4 года; для очно-заочной формы обучения – 5 лет.

1.3.3. Трудоемкость ООП ВПО (бакалавриат )

Трудоемкость в зачетных единицах – 240

1.4. Требования к абитуриенту

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании.

## 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 031600 «Реклама и связи с общественностью»

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника.

Область профессиональной деятельности бакалавра включает:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде;
- общественное мнение.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника.

Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются:

- государственные структуры федерального, регионального, местного уровней;
- негосударственные учреждения и организации, общественные организации, СМИ, консалтинговые агентства, рекламные агентства,

агентства по связям с общественностью, коммуникационные агентства, учреждения и организации политической, экономической, социальной, образовательной, научной, производственной, сервисной, культурной и других областей и сфер;

- рекламные подразделения и подразделения связей с общественностью коммерческих фирм и других организаций в различных сферах деятельности и различных отраслях народного хозяйства.

### 2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника.

Бакалавр по направлению подготовки 031600 «Реклама и связи с общественностью» готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

- организационно-управленческая;
- проектная;
- коммуникационная;
- рекламно-информационная;
- рыночно-исследовательская;
- прогнозно-аналитическая.

Конкретные виды профессиональной деятельности, к которым в основном готовится бакалавр, определяются высшим учебным заведением совместно с обучающимися, научно-педагогическими работниками высшего учебного заведения и объединениями работодателей.

### 2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

Бакалавр по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью науки должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

#### Организационно-управленческая:

- участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;

- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников.

#### Проектная:

- участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

- подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.).

#### Коммуникационная:

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

- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.

#### Рекламно-информационная:

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

#### Рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая:

участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг.

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА КАК СОВОКУПНЫЙ ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ ООП ВПО.

Результаты освоения ООП ВПО определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения ООП ВПО по направлению «Реклама и связи с общественностью» выпускник должен обладать следующими

общекультурными и профессиональными компетенциями:

Коды компетенций	Название компетенции	Краткое содержание / определение и структура компетенции	Характеристика порогового (обязательного) уровня сформированности компетенции у выпускника вуза
ОК	Общекультурные компетенции		
ОК-1	Владеть культурой мышления, быть способным к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения	Владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения	<ul style="list-style-type: none"> <li>• дает определение понятий «анализ», «синтез» и «обобщение»;</li> <li>• толкует смысл понятий «анализ», «синтез» и «обобщение»;</li> <li>• использует эти знания для сбора информации,</li> <li>• классифицирует информацию по определенным категориям;</li> <li>• выделяет главное и второстепенное;</li> <li>• демонстрирует культуру мышления при решении профессиональных задач.</li> </ul>
ОК-2	Уметь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь	Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь	<ul style="list-style-type: none"> <li>• свободно объясняется на государственном языке Российской Федерации – русском языке;</li> <li>• обнаруживает знание правил языка (орфографии и орфоэпии) в устной и письменной речи;</li> <li>• проявляет логическую связность мышления, ясность аргументации в литературной и деловой устной и письменной речи;</li> <li>• фиксирует наличие у себя логики рассуждений и высказываний;</li> <li>• исследует логическую цепочку рассуждений и высказываний, делает выводы;</li> <li>• формулирует основные требования к логике рассуждений и высказываний.</li> </ul>
ОК-3	Быть готовым к кооперации с коллегами, работе в коллективе	Готов к кооперации с коллегами, работе в коллективе	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Демонстрирует социальное взаимодействие;</li> <li>• Проявляет коммуникативную компетентность;</li> <li>• Умеет работать в команде;</li> <li>• Способен к кооперации в рамках традиционного (внутрифирменного) разделения труда;</li> <li>• Способен общаться со специалистами других областей;</li> <li>• Выдвигает привлекательные идеи, увлекает людей и убеждает их;</li> <li>• Способен учитывать мнения и точки зрения других людей;</li> </ul>
ОК-4	Быть способным находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовым нести за них ответственность	Способен находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Умеет вести переговоры, организовывать менеджмент конфликтов и достигать компромиссы;</li> <li>• Осуществляет профилактику конфликтных ситуаций;</li> <li>• Умеет разрешать конфликт с опорой на этические нормы и ценности;</li> <li>• Умеет вести общение с участником конфликта с учетом эмоционального состояния;</li> <li>• Проявляет воли в преодолении трудностей и при сопротивлении;</li> <li>• Проявляет инициативность и предприимчивость.</li> </ul>
ОК-5	Уметь использовать нормативные правовые документы в своей деятельности	Умеет использовать нормативные правовые документы в своей деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Знает Конституцию РФ, гражданский и трудовой кодекс, другие нормативные акты, относящиеся к сфере профессиональной деятельности;</li> <li>• Составляет трудовые договоры, готовит проекты нормативной документации для своей</li> </ul>

			<p>организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Находит разъяснение к нормативно-правовым актам РФ;</li> <li>• Руководствуется в профессиональной деятельности законодательной базой;</li> <li>• Понимает сущность гражданских правоотношений;</li> <li>• Знает об ответственности за нарушение гражданского, административного и уголовного права;</li> <li>• Выбирает нормы правового урегулирования в профессиональной деятельности.</li> </ul>
ОК-6	Стремиться к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства	Стремиться к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Определяет задачи интеллектуального развития, повышения культурного уровня и профессиональной компетенции;</li> <li>• Разрабатывает планы своего интеллектуального развития, повышения культурного уровня и профессиональной компетенции;</li> <li>• Выбирает необходимые методы и средства познания и самоконтроля в соответствии с поставленными задачами и разработанным;</li> <li>• Организует на практике процесс познания и самоконтроля для своего интеллектуального, культурного и профессионального развития;</li> <li>• Соотносит ход и результаты своего развития с используемыми методами и средствами познания и самоконтроля.</li> </ul>
ОК-7	Уметь критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков	Умеет критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечает пути и выбирает средства развития достоинств и устранения недостатков	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Способен к критике и самокритике;</li> <li>• Может критически мыслить, формулировать критические суждения;</li> <li>• Самостоятелен в оценке и анализе недостатков;</li> <li>• Способен брать на себя ответственность в выборе путей развития достоинств;</li> <li>• Способность к самоограничению, дисциплинированности, собранности и организованности.</li> </ul>
ОК-8	Осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности	Осознает социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Может аргументировать выбор профессии;</li> <li>• Знает сферы применения своей профессиональной деятельности;</li> <li>• Определяет значимость своей профессиональной деятельности для общества;</li> <li>• Может выстраивать приоритеты в профессиональной деятельности;</li> <li>• Формирует цели и задачи в своей профессиональной деятельности;</li> </ul>
ОК-9	Использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, быть способным анализировать социально значимые проблемы и процессы	Способен анализировать социально значимые проблемы и процессы	<ul style="list-style-type: none"> <li>• называет мировоззренческие, социально и лично значимые социальные проблемы и процессы;</li> <li>• дает толкование мировоззренческим, социально и лично значимым проблемам и процессам;</li> <li>• интерпретирует в практической деятельности мировоззренческие, социально и лично значимые проблемы и процессы;</li> <li>• перечисляет основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук и особенности их использования в профессиональной деятельности.</li> </ul>
ОК-10	Использовать основные	Использует основные	<ul style="list-style-type: none"> <li>• знает принципы системного анализа и основные</li> </ul>

	законы естественно-научных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования	законы естественно-научных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования	законы естественнонаучных дисциплин; <ul style="list-style-type: none"> <li>грамотно осуществляет эксперимент и проводит анализ данных.</li> </ul>
ОК-11	Быть способным понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны	Способен понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, осознает опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдает основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны	<ul style="list-style-type: none"> <li>Знает основные понятия, виды, свойства измерения и кодирования информации;</li> <li>Знает эволюцию информационных технологий и их роль в развитии общества;</li> <li>Владеет методами и средствами защиты информации;</li> <li>Дает характеристику процессам сбора, хранения и передачи информации;</li> <li>Классифицирует носители информации;</li> <li>Знает стандарты государственных требований о защите информации;</li> <li>Обеспечивает защиту информации в соответствии с государственными требованиями.</li> </ul>
ОК-12	Владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, иметь навыки работы с компьютером как средством управления информацией	Владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией	<ul style="list-style-type: none"> <li>перечисляет современные средства получения, хранения, обработки и предъявления информации;</li> <li>описывает компьютерные программы, необходимые для сбора информации при решении профессиональных и социальных задач;</li> <li>использует разнообразные компьютерные программы;</li> <li>соотносит результативность решения социальных и профессиональных задач с широтой использования современных средств получения, хранения, обработки и предъявления информации.</li> </ul>
ОК-13	Быть способным работать с информацией в глобальных компьютерных сетях	Способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях	<ul style="list-style-type: none"> <li>распознает распределенные базы знаний в глобальных компьютерных сетях, имеющие значение для решения социальных и профессиональных задач;</li> <li>применяет на практике распределенные базы знаний в глобальных компьютерных сетях;</li> <li>классифицирует информацию, полученную в глобальных компьютерных сетях, для использования при решении социальных и профессиональных задач.</li> </ul>
ОК-14	Владеть одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного	Владеет одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного	<ul style="list-style-type: none"> <li>Знает морфосинтаксические основы изучаемого иностранного языка;</li> <li>Осуществляет перевод с русского на изучаемый язык и наоборот;</li> <li>Дифференцирует лексику по сферам применения (бытовая, терминологическая, общенаучная, официальная и др.);</li> <li>Имеет понятия о свободных и устойчивых словосочетаниях, фразеологических единицах;</li> <li>Осуществляет говорение в виде диалогов и монологов;</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Владеет основами публичной речи (устное сообщение, доклад);</li> <li>• Читает прагматические тексты профессиональной направленности;</li> <li>• Владеет навыками письма по видам речевых произведений: аннотация, реферат, тезисы, сообщение, деловое письмо, резюме, биография..</li> </ul>
ОК-15	Владеть основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	Владеет основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Знает основные сигналы оповещения населения в случаях чрезвычайных ситуациях и гражданской обороны;</li> <li>• Может быстро реагировать на сигналы оповещения населения в случаях чрезвычайных ситуациях и гражданской обороны;</li> <li>• Владеет навыками оказания первой медицинской помощи;</li> <li>• Может обеспечить безопасность личной жизнедеятельности и безопасность окружающих людей.</li> </ul>
ОК-16	Владеть средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития	Владеет средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья, готов к достижению должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>• отбирает необходимые средства и методы физического воспитания для поддержания своего здоровья и работоспособности;</li> <li>• демонстрирует понимание социально-значимых представлений о здоровом образе жизни;</li> <li>• организует свою жизнь в соответствии с социально-значимыми представлениями о здоровом образе жизни;</li> <li>• Осуществляет индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений;</li> <li>• Руководствуется методикой самостоятельных занятий и обеспечивает самоконтроль за состоянием своего организма;</li> <li>• Отбирает необходимые коррекционные методики</li> </ul>
ОК-17	Знать свои права и обязанности как гражданина своей страны; уметь использовать действующее законодательство РФ, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии	Владеет нормативно-правовой базой профессиональной деятельности, убежден в правоте положений Конституции РФ; разделяет принципы свободы и демократии, демонстрирует толерантность	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Руководствуется в профессиональной и личной жизни нормами права;</li> <li>• Разделяет и демонстрирует в повседневной деятельности гуманистические идеалы;</li> <li>• Демонстрирует толерантное поведение.</li> </ul>

ПК	Профессиональные компетенции выпускника	Краткое содержание / определение и структура компетенции	Характеристика порогового (обязательного) уровня сформированности компетенции у выпускника вуза
ПК-1	Способен осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и СО в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта	Выпускник готов выполнять под руководством квалифицированных специалистов профессиональные функции в организациях различной формы собственности и различной функциональной направленности	<ul style="list-style-type: none"> <li>• перечисляет профессиональные функции рекламной и рг-деятельности;</li> <li>• сравнивает различные методики и техники рекламирования и PR-сопровождения;</li> <li>• избирает различные методики и техники рекламирования и PR-сопровождения;</li> <li>• регулярно отслеживает новинки и достижения практики;</li> <li>• осознает социальную значимость профессии.</li> </ul>
ПК-2	Владеет знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, СМИ, отделах по связям с общественностью, ЦОС, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах	Выпускник знает теорию и владеет практическими навыками профессиональной деятельности в специализированных подразделениях по связям СО и рекламе	<ul style="list-style-type: none"> <li>• понимает принципы этического регулирования профессиональной деятельности;</li> <li>• понимает и разделяет кодексы профессиональной деятельности;</li> <li>• объясняет основные правила и приемы профессиональной деятельности;</li> <li>• использует техники и технологии профессиональной деятельности;</li> <li>• готов к кооперации с коллегами.</li> </ul>
ПК-3	Способен под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия	Владеет навыками планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий	<ul style="list-style-type: none"> <li>• описывает методику планирования коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>• описывает методику организации коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>• аргументировано применяет нормы правового регулирования профессиональной деятельности;</li> <li>• демонстрирует навыки работы в коллективе.</li> </ul>
ПК-4	Способен под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях	Выпускник разрабатывает и осуществляет под руководством более квалифицированного специалиста мониторинг общественного мнения по отношению к отдельным личностям, к товару/услуге, к социальным явлениям/событиям	<ul style="list-style-type: none"> <li>• объясняет особенности процедуры мониторинга;</li> <li>• использует методики проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях;</li> <li>• использует техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях.</li> </ul>

ПК-5	Владеет основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения	Выпускник владеет основами устной и письменной речи, знает законы построения логической речи и ведения конструктивного диалога, владеет приемами убеждения	<ul style="list-style-type: none"> <li>• объясняет законы построения логической речи, ее композиции;</li> <li>• демонстрирует владение речевым этикетом;</li> <li>• объясняет особенности приемов убеждения и внушения, заражения и подражания.</li> </ul>
ПК-6	Обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга,	Выпускник знает теорию и владеет практическими навыками подготовки рекламных текстов, слоганов, пресс-релизов, рекламных статей, сценариев и др. материалов на родном языке, подготовленных в соответствии с техническим заданием -Выпускник знает теорию и владеет практическими навыками литературного редактирования письменных материалов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• демонстрирует знание норм и правил русского языка;</li> <li>• описывает стилевые особенности текстов;</li> <li>• дает определения основным понятиям и категориям дисциплины;</li> <li>• составляет под контролем различные виды текстов и документов;</li> <li>• формулирует основные приемы и правила редактирования текстов.</li> </ul>
ПК-7	Обладает базовыми навыками бренд-менеджмента	Под компетенцией понимается знание типологии и архитектуры брендов, технологий брендинга и управления брендом	<ul style="list-style-type: none"> <li>• дает определение бренд-менеджмента;</li> <li>• описывает компоненты бренда;</li> <li>• понимает логику развития бренда;</li> <li>• описывает стратегии продвижения бренда.</li> </ul>
ПК-8	Обладает базовыми навыками медиапланирования	Выпускник знает теорию медиапланирования, работает под руководством со стратегическими, тактическими и оперативными планами размещения рекламных сообщений во всех видах современных медиа	<ul style="list-style-type: none"> <li>• систематизирует основные медиасредства;</li> <li>• описывает процесс медиапланирования;</li> <li>• дает определения и формулы CPT, CPP, GRP.</li> </ul>

ПК-9	Обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами	Выпускник знает психологические основы общения, специфику межличностных отношений в деловой сфере и способен выстраивать конструктивные деловые отношения с представителями различных структур, рабочие взаимоотношения с клиентами, СМИ, поставщиками информации	<ul style="list-style-type: none"> <li>• формулирует цели и задачи межличностных и деловых отношений;</li> <li>• перечисляет этапы установления, поддержания и развития конструктивных отношений;</li> <li>• владеет навыками межличностных отношений и социального взаимодействия;</li> <li>• корректирует стиль взаимодействия в межличностных и деловых взаимоотношениях;</li> <li>• описывает методики разрешения конфликтов.</li> </ul>
ПК-10	Способен обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений	Выпускник владеет теорией аргументации, умением разъяснять и отстаивать свою точку зрения	<ul style="list-style-type: none"> <li>• демонстрирует понимание специфики профессиональных проблем</li> <li>• описывает техники ведения переговоров</li> <li>• дает определения манипулирования</li> <li>• использует приемы риторики</li> <li>• использует методики убеждения</li> </ul>
ПК-11	Знает методику организации и проведения опытно-экспериментальной работы технологии сбора и обработки эмпирических данных, фактографического материала	Выпускник владеет методиками научно-исследовательской работы в конкретной предметной отрасли	<ul style="list-style-type: none"> <li>• формулирует научную проблему, гипотезу, цель и задачи исследования;</li> <li>• способен организовать опытно-экспериментальную работу в соответствии с техническим заданием.</li> </ul>
ПК-12	Способен реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности	Выпускник способен реализовывать на практике полученные знания, умения и навыки.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• описывает сферы рекламной и PR-деятельности;</li> <li>• характеризует законодательную базу профессиональной деятельности;</li> <li>• способен работать самостоятельно в соответствии с техническим заданием.</li> </ul>
ПК-13	Владеет навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, рекламном агентстве	Понимается готовность выпускника к осуществлению профессиональной деятельности под руководством	<ul style="list-style-type: none"> <li>• способен к постановке целей и выбору путей их достижения при реализации профессиональных задач;</li> <li>• Выполняет поручения руководителя;</li> <li>• демонстрирует навыки работы в команде.</li> </ul>

ПК-14	Умеет осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия	Выпускник знает теорию и владеет навыками организации и событийной коммуникации, планирования, организации, проведения и оценки эффективности кампаний в сфере PR и рекламы	<ul style="list-style-type: none"> <li>• понимает задачи мероприятий и самостоятельно находит пути их решения;</li> <li>• систематизирует необходимую информацию;</li> <li>• понимает и может объяснить специфику разных форматов мероприятий.</li> </ul>
ПК-15	Умеет использовать технику проведения маркетинговых кабинетных и некабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации	Выпускник способен проводить в соответствии с программой - кабинетные маркетинговые исследования ; - ПОЛЕВЫЕ маркетинговые исследования ; И знает технологии проведения опросов потребителей	<ul style="list-style-type: none"> <li>• воспроизводит алгоритм проведения МИ;</li> <li>• перечисляет характеристики кабинетных МИ;</li> <li>• перечисляет характеристики полевых МИ;</li> <li>• оценивает источники информации для МИ;</li> <li>• перечисляет виды вопросов для анкет и опросных листов;</li> <li>• формулирует варианты открытых, закрытых вопросов.</li> </ul>
ПК-16	Обладает пониманием менеджмента и маркетинга	Под данной компетенцией понимается знание выпускником методологических основ, системы функций, технологий и социально-психологических аспектов менеджмента, а также знание теоретических основ и закономерностей рыночной экономики, законодательных и правовых актов, методов изучения рыночной конъюнктуры, современных методов планирования и организации исследований и разработок	<ul style="list-style-type: none"> <li>• описывает основные теории и закономерности менеджмента и маркетинга;</li> <li>• перечисляет методики планирования профессиональной деятельности;</li> <li>• регулярно отслеживает информацию о нормативно-правовом регулировании профессиональной деятельности.</li> </ul>

ПК-17	Знает историю и основные теории менеджмента; владеет основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов	Выпускник знает характеристики и вклад основных управленческих подходов и школ в современный менеджмент, а также бизнес-процессов; способность и готовность выпускника реализовывать на практике общие, социально-психологические и технологические функции менеджмента	<ul style="list-style-type: none"> <li>• обнаруживает знание вклада основных управленческих школ в развитие современного менеджмента;</li> <li>• описывает в общих чертах алгоритмы реализации функций менеджмента;</li> <li>• перечисляет этапы разработки и реализации управленческих решений;</li> <li>• формулирует критерии лидерства;</li> <li>• описывает теории мотивации.</li> </ul>
ПК-18	Способен оперативно принимать решения, в том числе, в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений	Выпускник способен реализовывать алгоритмы выбора рационального и креативного решения проблем	<ul style="list-style-type: none"> <li>• обнаруживает знание основных теорий и алгоритмов принятия рациональных решений;</li> <li>• использует на практике методы выбора рационального и креативного решения;</li> <li>• описывает методики разработки креативных решений;</li> <li>• способен осуществлять оперативный поиск недостающей информации;</li> <li>• использует некоторые методики;</li> <li>• разработки нестандартных решений.</li> </ul>

19	Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и связей с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Выпускник знает основные приемы управления подразделением: - способен применять на практике знания в области планирования, организации и контроля работ в отделах рекламы и связей с общественностью; - владеет методиками анализа и оценки основных стратегий проведения мероприятий по повышению имиджа и продвижению товаров и услуг фирмы; - использует основные критерии и формулы расчета эффективности рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью	<ul style="list-style-type: none"> <li>• описывает основные функции управления применительно к профессиональной сфере;</li> <li>• объясняет особенности стратегического и тактического планирования;</li> <li>• осуществляет оперативное планирование деятельности;</li> <li>• может составить план мероприятий по повышению имиджа фирмы и продвижению товаров и услуг фирмы;</li> <li>• расшифровывает критерии эффективности рекламной деятельности и СО.</li> </ul>
ПК-20	Владеет навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации	Понимается способность и готовность владения технологиями самоменеджмента и менеджмента	<ul style="list-style-type: none"> <li>• перечисляет этапы стратегического и текущего планирования деятельности фирм;</li> <li>• описывает технологии самоменеджмента;</li> <li>• пользуется приемами тайминга; профессиональной деятельности.</li> </ul>
ПК-21	Владеет навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Под указанной компетенцией понимается умение выстраивать конструктивные рабочие отношения внутри рабочей команды и с клиентами, владение коммуникационными навыками	<ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществляет руководство малой группой под контролем;</li> <li>• выстраивает конструктивные отношения в малой группе;</li> <li>• понимает значение толерантности в отношениях;</li> <li>• разъясняет приемы разрешения конфликтных ситуаций.</li> </ul>

ПК-22	Способен участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивации сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников	Под указанной компетенцией понимается знание основ корпоративной культуры, каналов внутренних коммуникаций, создание миссии и кодекса организации	<ul style="list-style-type: none"> <li>• разъясняет основы общей и профессиональной этики;</li> <li>• описывает теории мотивации;</li> <li>• выполняет поручения по осуществлению внутренних коммуникаций;</li> <li>• принимает участие в развивающих тренингах.</li> </ul>
ПК-23	Способен к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в работе проектных команд	Выпускник знает основы проектирования деятельности, готов строить адекватные отношения в группе, осуществляет выбор средств и методов реализации проектов в области рекламы и PR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• демонстрирует умение постановки прикладных задач</li> <li>• перечисляет и описывает средства и методы реализации проектов</li> <li>• разделяет принципы профессиональной этики при реализации проектов</li> </ul>
ПК-24	Владеет навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.)	Под компетенцией понимается знание выпускником особенностей различных форматов представления проектной документации, способность выпускника систематизировать и классифицировать эту документацию, демонстрация практических навыков ее подготовки.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• распознает и описывает различные форматы проектной документации;</li> <li>• способен составить договор, контракт;</li> <li>• составляет документацию в соответствии с действующим законодательством.</li> </ul>

ПК-25	Способен реализовывать проекты и владеет методами их реализации	Выпускник знает основы проектирования проф. деятельности, основные этапы реализации проектов в области рекламы и СО, способность решать поставленные задачи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• формулирует и перечисляет основные этапы реализации проекта;</li> <li>• осуществляет эффективную коммуникацию с др. Участникам;</li> <li>• выполняет отдельные задания;</li> <li>• перечисляет методы реализации проектов;</li> <li>• выбирает оптимальные методы и приемы.</li> </ul>
ПК-26	Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры	Под данной компетенцией понимается способность и готовность выпускника участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, устанавливающей коммуникации с внешними и внутренними аудиториями.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• описывает основы теории коммуникации;</li> <li>• дает характеристику основным подходам в организации коммуникации в теории и практике связей с общественностью;</li> <li>• выбирает критерии оценки коммуникационной эффективности;</li> <li>• использует на практике технологии установления и поддержания внутренних и внешних корпоративных коммуникаций.</li> </ul>
ПК-27	Способен принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований	Под данной компетенцией понимается знание теории и практики рекламы и связей с общественностью, основ проектной деятельности, маркетинговых исследований; способность и готовность принимать участие в реализации алгоритма проведения коммуникационных кампаний	<ul style="list-style-type: none"> <li>• описывает методики проведения маркетинговых исследований;</li> <li>• использует на практике алгоритм проведения коммуникационных кампаний;</li> <li>• разделяет миссию организации;</li> <li>• способен сформулировать цели и задачи исследований;</li> <li>• самостоятельно выполняет отдельные задания в рамках проведения коммуникационных кампаний.</li> </ul>

ПК-28	Способен организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Выпускник знает теорию создания и технологии распространения рекламной продукции	<ul style="list-style-type: none"> <li>• классифицирует основные носители рекламы;</li> <li>• использует компьютерные программы, необходимые для подготовки к выпуску рекламной продукции;</li> <li>• свободно использует программу power point;</li> <li>• описывает основы современной полиграфии;</li> <li>• дает характеристику современным интернет-форматам представления рекламы;</li> <li>• создает под руководством макеты различных рекламных носителей.</li> </ul>
ПК-29	Обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции	Выпускник должен знать основы прогностической деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>• использует методики маркетинговых исследований в практической деятельности;</li> <li>• описывает показатели емкости рынка;</li> <li>• демонстрирует осведомленность в изучении потребительских предпочтений;</li> <li>• разъясняет методы прогнозирования;</li> <li>• описывает социально-психологические характеристики потребителя.</li> </ul>
ПК-30	Способен организовать и провести социологические исследования с целью составления прогнозов общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации	Выпускник владеет методиками проведения социологических исследований, разработки и реализации корректирующих мероприятий	<ul style="list-style-type: none"> <li>• описывает приемы и методы проведения социологического исследования;</li> <li>• формулирует цели и задачи исследования;</li> <li>• самостоятельно проводит отдельные этапы исследования;</li> <li>• составляет план мер по повышению имиджа;</li> <li>• анализирует и выбирает оптимальные варианты мер по повышению имиджа;</li> <li>• дает характеристику технологиям формирования имиджа организации.</li> </ul>

ПК-31	Способен организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке, осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных	Выпускник знает, как проводить исследования рынка	<ul style="list-style-type: none"> <li>• составляет анкеты;</li> <li>• составляет опросники;</li> <li>• описывает технологию проведения эксперимента;</li> <li>• обрабатывает данные исследований и формулирует научно обоснованные выводы;</li> <li>• организывает экспериментальные работы;</li> <li>• Составляет план мероприятий по повышению имиджа и конкурентной позиции.</li> </ul>
ПК-32	Способен подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить подготовку и обработку данных для анализа	Выпускник знает методику проведения опросов и анкетирования, умеет отбирать, группировать и классифицировать полученную информацию	<ul style="list-style-type: none"> <li>• формулирует цели и задачи исследования;</li> <li>• составляет анкеты и опросники в соответствии с задачами исследования;</li> <li>• описывает все категории вопросов;</li> <li>• классифицирует и группирует полученные данные.</li> </ul>
ПК-33	Способен собрать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области СО и рекламы	понимается знание выпускником основных источников информации, умение осуществлять поиск, анализ, отбор и использование нужной информации	<ul style="list-style-type: none"> <li>• перечисляет основные источники нужной информации;</li> <li>• распознает нужную информацию;</li> <li>• владеет методиками поиска информации в сети интернет.</li> </ul>
ПК-34	Владеет навыками написания аналитических справок и обзоров и прогнозов	Выпускник знает технологии подготовки обзоров, справок и прогнозов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• демонстрирует знание норм и правил русского языка;</li> <li>• разъясняет стилистические особенности различных документов;</li> <li>• составляет под контролем справки, обзоры и прогнозы.</li> </ul>
ПК-35	Владеет навыками составления оформления материалов для экспертных заключений и отчетов	Выпускник знает, как должны быть оформлены деловые материалы	<ul style="list-style-type: none"> <li>• разъясняет особенности форматов деловой корреспонденции;</li> <li>• заполняет образцы форм экспертных заключений.</li> </ul>

#### 4. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ДАННОЙ ООП ВПО

В соответствии со ст. 5 Федерального закона Российской Федерации от 1 декабря 2007 года № 309-ФЗ, п. 39 Типового положения о вузе и ФГОС ВПО по данному направлению подготовки содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ООП регламентируется учебным планом; рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей); другими материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами учебных и производственных практик; календарным учебным графиком, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

#### 4.1. Компетентностно-ориентированный учебный план и календарный учебный график

##### 4.1.1. Компетентностно-ориентированный учебный план

№№ п/п	Наименование дисциплин (в том числе практик)	Общая трудоемкость				Распределение по семестрам								Итоговая оценка в приложении к диплому	Примечание (*)
		в зач. ед.	в часах			1	2	3	4	5	6	7	8		
			Всего	Ауд	СРС	Количество недель									
			18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Б.1	Гуманитарный, социальный и экономический цикл (Всего 46 зачетных единиц, 1656 часов)														
Б.1.1	Базовая часть (Всего 30 зачетных единиц, 1080 час.)														
Б.1.1.1	Философия	3	108	54	54			X	X						ОК-1, 9
Б.1.1.2	Отечественная история	4	144	72	72	X	X	X	X						ОК-9
Б.1.1.3	Иностранный язык	10	360	180	180	X	X	X	X	X	X				ОК-14
Б.1.1.4	Экономика	3	108	54	54	X									ОК-9, ПК-10, 1
Б.1.1.5	Психология	3	108	54	54		X								ОК-7, ПК-10
Б.1.1.6	Социология	3	108	54	54			X							ОК-9
Б.1.1.7	Культурология	4	144	72	72	X	X								ОК-9, ПК-10
	ИТОГО:	30	1080												
Б.1.2	Вариативная часть (Всего 16 зачетных единиц, 576 часов)														
Б.1.2.1	Деловое общение	2	72	36	36			X							ОК-2, ПК-9
Б.1.2.2	Основы коммуникативной культуры	2	72	36	36			X							ОК-7
Б.1.2.3	Искусство и литература	6	216	108	108			X	X						ОК-9
Б.1.2.5	Политология	3	108	54	54	X									ОК-17
Б.1.2.6	Иностранный язык	3	108	54	54					X	X	X			ОК-14
	ИТОГО:	46	1656												
Б1.Дв1	Дисциплины по выбору студента														
1.	История и теория символов	4	144	72	72					X					ОК-19
2.	Конфликтология	2	72	36	36				X						ПК-5,10

5.	Федеративная демократия в современной России	3	108	54	54											X		ОК-17
	ИТОГО:	9	324															
	Математический и естественно-научный цикл																	
Б.2.1.	Базовая часть (Всего 10 зачетных единиц, 360 часов)																	
Б.2.1.1	Математика и статистика	4	144	72	72	X	X											ОК-10
Б.2.1.2	Компьютерные технологии и информатика	6	216	108	108			X	X									ОК-11- 13
Б.2.2	Вариативная часть (Всего 8 зачетных единиц, 288 часов)																	
Б.2.2.1	Web-дизайн	4	144	72	72											X	X	ОК-12, ПК-28
Б.2.2.2	Основы компьютерной графики	4	144	72	72											X	X	ОК-12, ПК-28
	ИТОГО:	18	648	324	324													

№№ п/п	Наименование дисциплин (в том числе практик)	Общая трудоемкость				Распределение по семестрам								Итоговая оценка в приложении к диплому	Примечание	
		в часах				1	2	3	4	5	6	7	8			
		в зач. ед.	Всего	Ауд	СРС	Количество недель										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
Б.3	Профессиональный цикл (Всего зачетных единиц, часов)															
Б.3.1	Базовая часть (Всего 83 зачетных ед., 2988 час.)															
Б.3.1.1	Основы теории коммуникации	4	144	54					X							ОК-1, 2, 9
Б.3.1.2	Социология массовых коммуникаций	4	144	72	72					X	X					ОК-9
Б.3.1.3	Психология массовых коммуникаций	4	144	72	72			X	X							ОК-9
Б.3.1.4	Теория и практика массовой информации	5	180	90	90			X	X							ПК-26,33
Б.3.1.5	Основы интегрированных коммуникаций	4	144	72	72								X	X		ПК-7,10,ПК-19
Б.3.1.6	Основы менеджмента	4	144	72	72					X	X					ОК-1,ПК-16,17
Б.3.1.7	Организация работы отдела рекламы	5	180	90	90			X	X							ПК-2,13,18-21
Б.3.1.8	Организация работы отдела по связям с общественностью	5	180	90	90			X	X							ПК-2,13,18-21
Б.3.1.9	Основы маркетинга	4	144	72	72			X	X							ПК-16
Б.3.1.10	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	2	72	36	36					X	X					ПК-4,11,15,32,33
Б.3.1.11	Безопасность жизнедеятельности	2	72	36	36					X						ОК-15
	ИТОГО	43	1548													
	Вариативная часть															
Б.3.2	Вариативная часть (Всего 40 зачетных единиц, 1440 часов)															

Б.3.2.1	Теория и практика связей с общественностью	6	216	108	108	X	X										ПК-1,3
Б.3.2.2	Теория и практика рекламы	6	216	108	108	X	X										ПК-1,3
Б.3.2.3	Имиджелогия	2	72	36	36			X	X								ПК-30,31
Б.3.2.4	Организация и проведение кампаний в рекламе	5	180	90	90					X	X						ПК-23,24,25
Б.3.2.5	Организация и проведение кампаний в связях с общественностью	5	180	90	90					X	X						ПК-23,24,25
Б.3.2.6	Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью	5	180	90	90			X	X								ПК-5,6,34,35
Б.3.2.7	Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью	5	180	90	90	X	X										ОК-1,6,9
Б.3.2.8	Основы медиапланирования	2	72	36	36									X			ПК-8
Б.3.2.9	Моделирование и технологии разработки продукта в рекламе и связях с общественностью	4	144	72	72									X	X		ПК-28
...	ИТОГО	40	1440														
	Дисциплины по выбору студента																ПК-4
1.	Печатные форматы в рекламе и связях с общественностью	2	72	36	36					X	X						ПК-6,28
2.	Основы социальной рекламы	2	72	36	36					X							ПК-3,25
3.	Фотография в рекламе и связях с общественностью	2	72	36	36									X			ПК-28
4.	Риторика	2	72	36	36									X			ПК-30,31
5.	Эдагогика: технологии самоменеджмента	2	72	36	36	X											ОК-7
6.	Этические нормы профессиональной деятельности	2	72	36	36	X											ОК-8
7.	Правовое регулирование профессиональной деятельности	2	72	36	36		X										ОК-5,17
8.	Основы бренд-менеджмента	2	72	36	36									X			ПК-7
	ИТОГО																
	Профиль 1 Реклама и связи с общественностью в отрасли (всего 16 ед. 576 час)																
1.	Реклама и связи с общественностью в социально культурной сфере	5	180	90	90					X	X						ПК-1
2.	Сценарное мастерство в событийном менеджменте	3	108	54	54						X	X					ПК-24
3.	Технологии продвижения в СКС	5	180	90	90					X	X						ПК-29
4.	Режиссура в событийном менеджменте	3	108	54	54						X	X					ПК-14
	Профиль 2 Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере																
1.	Реклама и связи с общественностью в экономике	5	180	90	90					X	X						ПК-1
2.	Инвестиционная привлекательность регионов	3	108	54	54						X	X					ОК-9,ПК-29
3.	Основы кризис-менеджмента	5	180	90	90					X	X						ОК-4,ПК-18
4.	Внутрикорпоративные коммуникации	3	108	54	54						X	X					ПК-22
	Профиль 3 Реклама и связи с общественностью в политике																

1.	Эволюция политического консалтинга	3	108	54	54						X	X			ОК-9
2.	Коммуникативные технологии политического консалтинга	5	180	90	90					X	X				ПК-12
3.	Избирательные технологии	5	180	90	90					X	X				ПК-14,27
4.	Имидж публичного политика	3	108	54	54						X	X			ПК-31
	Профиль 4 Реклама и связи с общественностью некоммерческой сфере														
1.	Социальная реклама	3	108	54	54						X	X			ПК-3,12
2.	Социальные кампании	5	180	90	90					X	X				ПК-12,ПК-23-25
3.	Спонсорство и благотворительность	3	108	54	54						X	X			ПК-
4.	Коммуникация с некоммерческими и общественными организациями	5	180	90	90					X	X				ПК-26

№№ п/п	Наименование дисциплин (в том числе практик)	Общая трудоемкость				Распределение по семестрам								Итоговая оценка в приложении к диплому	Примечание	
		в зач. ед.	в часах			1	2	3	4	5	6	7	8			
			Всего	Ауд	СРС	Количество недель										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
Б.4	Физическая культура	2	400	400	-	X	X	X	X							ОК-16
Б.5	Практ ики:	20	720													
Б.5.1	Учебная практика (разделом учебной практики может быть НИР обучающегося)	6	216				X									ОК-3-5,ОК-9,ОК-12-14,ПК-1-28,ПК-33-34
Б.5.2	Производственная практика	14	504						X		X		X			
Б.6	Итоговая государственная аттестация	15	540													
<b>Всего:</b>		240	8968	4972	3996	996	960	1153	1521	1200	1254	852	1032			

\* - указаны коды компетенций из ООП

#### Сводные данные по бюджету времени, в неделях

Курсы	Теоретическое обучение	Экзаменационная сессия	Практики		Итоговая государственная аттестация		Каникулы	Всего
			Учебная	Производственная	Подготовка и защита выпускной квалификационной работы	Государственный экзамен (вводится по решению Ученого совета Университета)		
I	36	6					10	52
II	34	6	2				10	52
III	32	6		4			10	52
IV	29	5		4		4	10	52
Итого	131	23	2	8		4	40	52

Настоящий учебный план составлен, исходя из следующих данных (в зачетных единицах):

Теоретическое обучение, включая экзаменационные сессии	154
Физическая культура	2 (400 час.)
Практики (в том числе научно-исследовательская работа)	10 нед.
Итоговая государственная аттестация	4 нед.
<b>Итого:</b>	<b>240 зачетных единиц</b>

## 4.1.2. Календарный учебный график

Сводные данные по бюджету времени, в неделях

Курсы	Теоретическое обучение	Экзаменационная сессия	Практики		Итоговая государственная аттестация		Каникулы	Всего
			Учебная	Производственная	Подготовка и защита выпускной квалификационной работы	Государственный экзамен (вводится по решению Ученого совета университета)		
I	36	6					10	52
II	34	6	2				10	52
III	32	6		4			10	52
IV	29	5		4		4	10	52
<b>Итого</b>	<b>131</b>	<b>23</b>	<b>2</b>	<b>8</b>		<b>4</b>	<b>40</b>	<b>52</b>

### 4.2.1 Программы блока дисциплин гуманитарного, социального и экономического цикла

Утверждены на заседании кафедры «28» января 2010г.

## ФИЛОСОФИЯ

### 1. Цели освоения дисциплины

Цель курса: В результате изучения базовой части цикла студент должен:

- знать основные этапы развития философской мысли, тенденции и проблемы в развитии современных философских направлений и школ; важнейшие системы наук естественнонаучного и гуманитарного цикла; понимать роль философии в современных интеграционных процессах;

- уметь интерпретировать философские тексты, использовать фундаментальные знания философской методологии и основных концепций конкретных наук в сфере профессиональной деятельности;

- владеть современной философской терминологией, навыками разностороннего анализа ведущих философских, идеологических и социально-политических доктрин, концептуальным аппаратом современного философского и научного исследования.

Разностороннее изучение предмета не только призвано повысить образовательный и профессиональный уровень студентов, но и должно положительным образом сказаться на формировании собственного мировоззрения, что в дальнейшем позволит соответствовать высокому уровню культуры выпускника гуманитарного вуза.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО

Дисциплина «Философия» входит в цикл общеобразовательных дисциплин подготовки студентов по направлению «Библиотечно-информационная деятельность». Изучение дисциплины тесно связано с социологией, историей, политологией.

## 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля):

ОК-1, ОК-2, ОК-6, ОК-7

ОК-1 – владеть культурой мышления, быть способным к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения

ОК-2 – уметь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь

ОК-6 – стремиться к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства

ОК-7 – уметь критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков

## 4. Структура и содержание дисциплины (модуля) «Философия»

Общая трудоемкость дисциплины составляет \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_  
зачетных единицы, \_\_\_\_\_ 108 \_\_\_\_\_ часов

1. Предмет и метод философии, ее структура
2. Философия Древнего Востока
3. Античная философия
4. Средневековая философия
5. Европейская философия эпохи Возрождения
6. Европейская философия XVII–XVIII в.
7. Немецкая классическая философия
8. Философия середины XIX – начала XX веков
9. Современная зарубежная философия
10. Русская философия: традиции и особенности

11. Бытие. Материя, ее основные формы, структура
12. Сознание, его происхождение и сущность
13. Философские концепции развития
14. Сущность и структура познавательного процесса
15. Общество и природа
16. Проблема человека в философии
17. Философия истории. Культура и цивилизация
18. Глобальные проблемы современности. Глобализация, ее основные черты

## ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ

### 1. Цели освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины (модуля) «Отечественная история»:

- дать концептуальные подходы, показать фундаментальные и инновационные достижения отечественной и мировой историографии;
- дать целостное представление об историческом пути России;
- познакомить с новыми концепциями, опирающимися на гуманистические и демократические ценности, на выявление объективной истины;
- проанализировать общее и особенное в российской истории, что позволит определить место российской цивилизации во всемирно-историческом процессе.

### 2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО

Дисциплина «Отечественная история» входит в социально-гуманитарный модуль, является одной из важнейших дисциплин, которые формируют большинство общекультурных и часть профессиональных компетенций.

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля):

ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-6, ОК-11, ОК-12, ПК 6, ПК-7, ПК-13, ПК-20

### 4. Структура и содержание дисциплины (модуля) «Отечественная история»

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1. Знать:

- основные термины,
- даты, процессы, явления.

2. Уметь:

- прослеживать причинно-следственные связи между событиями и процессами в истории России,
- работать с историческими источниками и литературой,
- анализировать и оценивать исторические события и явления,
- самостоятельно находить историческую информацию и анализировать ее,

3. Владеть: - историческим подходом к фактам отечественной и мировой истории, аргументировать суждения о цивилизационных процессах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов.

1. Догосударственный период в истории России
2. Древнерусское государство
3. Раздробленность Руси
4. Объединение русских земель вокруг Москвы
5. Московская Русь в XVI-XVII вв.
6. Россия в XVIII в.
7. Россия в XIX в.
8. Россия в начале XX в. (1901-1917 гг.)
9. Россия в 1917 г. и в Гражданской войне
10. СССР в 1920-х – 1930-х гг.
11. СССР во Второй мировой и Великой Отечественной войне
12. СССР в послевоенный период
13. Период политической «оттепели»
14. СССР в середине 1960-х – середине 1980-х гг.
15. Перестройка и распад СССР
16. РФ в постсоветский период

## ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

### 1. Цели освоения дисциплины:

- структурно выстраивать речь;
- владеть речевыми и грамматическими структурами в различных ситуациях общения, компенсаторными коммуникативными навыками, навыками личностной и межкультурной коммуникации, которая необходима для формирования навыков профессионального общения при подготовке конкурентоспособного специалиста.

### 2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО

Дисциплина «Иностранный язык» входит в социально-гуманитарный модуль, является одной из важнейших дисциплин, которые формируют большинство общекультурных и часть профессиональных компетенций.

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля):

#### 4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

##### а) Структура дисциплины

Структура дисциплины соответствует актуальной структуре компетенции, принятой в общеевропейском проекте «TUNING» и имеет следующие составляющие:

- **знаниевая** – знать фонетические, лингвистические, социолингвистические, социокультурные и пр. особенности иностранного языка, речевой этикет, культурные, исторические, социальные и пр. реалии страны изучаемого языка, способы применения иностранного языка к профессиональным целям;
- **деятельностная** – уметь использовать все виды речевой деятельности в целях коммуникации, грамотно использовать лексические, грамматические структуры в целях коммуникации, отдельные приемы профессиональной и научной деятельности;
- **ценностная** – способность и готовность к межличностной, профессиональной и межкультурной коммуникации.

##### б) Содержание дисциплины (модуля):

#### 1. Фонетика.

2. Грамматика.
3. Лексика.
4. Фразеология.
5. Страноведение.
6. Внеаудиторное чтение.
7. Язык для специальных целей.

в) Общая трудоемкость формирования компетенций (ОК-14) у «среднего» студента на «пороговом уровне»

В соответствии с образовательным стандартом одна зачетная единица равна 36 академическим часам.

Очная форма обучения: 360 часов. Трудоемкость – 10 зачетных единиц.

## ЭКОНОМИКА

1. Целями освоения дисциплины «Экономика» являются:

- формирование у студентов теоретических знаний в области микроэкономики и макроэкономики, международных экономических отношений, глобальных экономических проблем и переходной экономики на примере России;
- активизация познавательной деятельности студентов в области экономических явлений и закономерностях их протекания;
- подготовка к принятию квалифицированных экономических решений в области профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО:

Дисциплина «Экономика» относится к дисциплинам гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин ООП. Изучение данной дисциплины основывается на освоении студентами дисциплины базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля):

В результате освоения дисциплины «Экономика» у обучающегося формируются следующие компетенции: готовность к решению задач по организации и осуществлению текущего планирования, учета и отчетности (ПК-10).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- природу и сущность экономических явлений и процессов, закономерности микро и макроэкономических связей и зависимостей, теории функционирования национальной экономики в целом;
- теоретические основы функционирования рыночной экономики; экономические основы производства и ресурсы предприятия особенность и проблемы сбалансированности и равновесия национального рынка;
- основные классификации услуг и их характеристики.

Уметь:

- анализировать поведение экономических субъектов на микро и макроуровнях, в сфере международных экономических отношений, в глобальных масштабах;
- применять экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории;
- анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы экономики в библиотечно-информационной сфере;
- собирать и анализировать необходимую экономическую информацию для выполнения поставленных практических задач.

Владеть:

- экономическими методами анализа поведения потребителей (пользователей), производителей, собственников ресурсов и государства;
- основами методик расчета основных микро- и макроэкономических показателей, построения моделей и прогнозируемых ситуаций экономического роста.

#### 4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Очная форма обучения: 108 часов. Трудоемкость – 3 зачетные единицы.

## ПСИХОЛОГИЯ

### 1. Цель освоения дисциплины «Психология»

Цель курса: дать систему фундаментальных научных знаний в области

общей психологии, составляющую теоретическую базу для дальнейшего изучения дисциплин общепрофессиональной и предметной подготовки.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО:

Дисциплина «Психология» является вводным курсом, предваряющим изучение конкретных разделов фундаментальной, прикладной и практической психологии.

## 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля):

ОК-1, ОК-3, ОК-6, ОК-7

ОК-1 – владеть культурой мышления, быть способным к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

ОК-3 – быть готовым к кооперации с коллегами, работе в коллективе;

ОК-6 – стремиться к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства;

ОК-7 – уметь критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков.

## 4. Структура и содержание дисциплины (модуля):

### Содержание курса:

1. Место психологии в современном научном познании мира, её предмет, методы исследования,
2. Отрасли современной психологии;
3. Классификация психических явлений.
4. Представления античных и средневековых философов о душе.
5. Основные направления научной психологии в Западной Европе и США.
6. История, современное состояние и перспективы развития отечественной психологии.
7. Высшая нервная деятельность как физиологическая основа психики.
8. Понятие «личность» в психологии.
9. Индивидуально-психологические свойства личности – темперамент, характер, способности, направленность, самосознание;
10. Психические познавательные процессы;
11. Эмоционально-волевые процессы.

Очная форма обучения общее кол-во - 108 часов. Трудоемкость – 3

зачетных единицы.

## СОЦИОЛОГИЯ

### 1. Цели освоения дисциплины

Цель курса: ознакомить студентов с историей и теорией социологии, достижениями мирового социологического знания в соответствии с требованиями обязательного государственного стандарта.

Основные задачи дисциплины:

- изучить процесс возникновения и развития идей об устройстве общественной жизни и основные исторические этапы становления социологии как науки;
- освоить содержание важнейших западных и отечественных социологических теорий, освещающих фундаментальные проблемы функционирования и развития общества;
- показать систему логически взаимосвязанных понятий и принципов, посредством которых раскрывается природа и генезис тех или иных социальных структур, явлений и процессов;
- способствовать подготовке широко образованных, творческих и критически мыслящих специалистов, способных к анализу и прогнозированию сложных социальных проблем и овладению методикой проведения социологических исследований;
- исследовать социальные процессы, происходящие в современном российском обществе.

### 2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО

Дисциплина «Социология» входит в цикл общеобразовательных дисциплин подготовки студентов по направлению «Библиотечно-информационная деятельность». Изучение дисциплины тесно связано с философией, историей, политологией.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

ОК-3, ОК-4, ОК-9, ПК-17, ПК-26

ОК-3 – быть готовым к кооперации с коллегами, работе в коллективе

ОК-4 – быть способным находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовым нести за них ответственность

ОК-9 – быть способным анализировать социально-значимые проблемы и процессы

ПК-17 – готовность к социальному партнерству

ПК-26 – готовность к проведению социологических, психолого-педагогических и маркетинговых исследований

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

1. Социология как наука: объект, предмет, функции.

2. История социологии.

3. Общество как социальная система.

4. Социальные институты и социальные организации.

5. Социология личности.

6. Социология культуры.

7. Социальное развитие и социальные изменения.

8. Методология и методы социологического исследования.

Очная форма обучения общее кол-во - 108 часов. Трудоемкость – 3 зачетные единицы.

## КУЛЬТУРОЛОГИЯ

### 1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины (модуля) представить в систематизированном виде содержание современных культурологических знаний:

- дать представление об истории культурологической мысли;
- познакомить с категориальным аппаратом данной дисциплины;
- раскрыть существо основных проблем современной культурологии;

- познакомить со спецификой и закономерностями развития мировых культур.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО.

«Культурология» является дисциплиной социально-гуманитарного цикла. Она связана с такими дисциплинами, как «Теория культуры», «История культуры», «История искусства».

## 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) методика преподавания культурологии:

ОК-1, ОК-2, ОК-9;

ОК-1 - Владеть культурой мышления, быть способным к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения;

ОК-2 - Уметь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;

ОК-9 - Быть способным анализировать социально значимые проблемы и процессы;

ПК-40 – Способность к созданию благоприятной культурно-досуговой среды;

ПК-41 – Готовность к реализации инновационных процессов в социокультурной сфере.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- содержание ключевых понятий курса;
- характерные черты и особенности культур, и их важнейшие события;
- основные тенденции развития мировой культуры;
- основные методологические подходы к изучению культурологии.

Уметь:

- логично представлять освоенное знание;
- анализировать базовые тексты;

- знать их проблематику и исторический контекст создания;
- применять полученные теоретические знания к анализу историко-культурного материала;
- идентифицировать культурные источники и подбирать к ним соответствующие методы анализа.

Владеть:

- понятийным аппаратом дисциплины;
- современными методами анализа культурных моделей;
- навыками теоретического анализа и историко-типологического осмысления конкретных культурных явлений и процессов;
- техниками анализа текстов и навыками систематизации данных, полученных в результате аналитической работы над текстами;
- пониманием сущности социокультурной информации.

#### 4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

## ПОЛИТОЛОГИЯ

### 1. Цели освоения дисциплины

Цель курса: основной целью курса является политическая социализация студентов университета, обеспечение политического аспекта подготовки высококвалифицированных специалистов на основе мировой и отечественной политической мысли, формирование гражданской позиции студентов университета.

Задачи курса:

- изучить основные понятия политической науки;
- научиться пользоваться методикой простейших политических исследований, применять эти знания для решения теоретических и прикладных задач;
- знать основные разновидности современных политических систем и режимов;

- уметь анализировать международные политические процессы, геополитическую обстановку.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО.

Дисциплина «Политология» входит в цикл общеобразовательных дисциплин подготовки студентов по направлению «Реклама и связи с общественностью». Изучение дисциплины тесно связано с философией, историей, социологией.

## 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОК-9 – использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, быть способным анализировать социально значимые проблемы и процессы

ОК-17 – знать свои права и обязанности как гражданина своей страны; уметь использовать действующее законодательство РФ, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии

## 4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа.

## Цикл Б.3

### Основы менеджмента

Дисциплина «Менеджмент» относится к базовой части профессионального цикла. Цель изучения – ознакомить с эволюцией теоретических воззрений и практических навыков в области менеджмента. Структурно программа разделена на несколько крупных блоков. Первый блок освещает эволюцию теории и практики менеджмента в России и за рубежом. Второй блок посвящен практике управленческих коммуникаций, вопросам планирования, организации и контроля работы, оптимизации управленческих структур. Третий блок рассматривает проблематику

управления персоналом и вопросы лидерства.

Программа включает тематику семинарских и практических занятий, вопросы к зачетам и экзаменам, примерные тесты по курсу, а также списки основной и дополнительной литературы.

Формируемые курсом компетенции:

- Владеет навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
- Обладает пониманием менеджмента
- Готов к кооперации с коллегами, работе в коллективе
- Способен оперативно принимать решения, в том числе, в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений
- Умеет использовать нормативно-правовые документы в профессиональной деятельности
- Владеет навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации
- Знает историю и основные теории менеджмента; владеет основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов

## Основы маркетинга

Дисциплина «Маркетинг» относится к базовой части профессионального цикла. Цель курса – познакомить студентов с инструментарием современных маркетинговых коммуникаций. За время изучения студенты знакомятся с теорией и историей развития маркетинга как научной дисциплины, получают практические навыки использования инструментов маркетинга в решении практических задач. В программе представлен перечень тем для изучения, планы семинарских и практических занятий, темы рефератов и письменных заданий. Представлен глоссарий маркетинговых терминов и списки основной и дополнительной литературы.

Формируемые курсом компетенции:

- Обладает пониманием маркетинга
- Умеет использовать технику проведения маркетинговых кабинетных и некабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации
- Обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки

- мер по повышению ее конкурентной позиции
- Способен подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить подготовку и обработку данных для анализа

### Основы событийного менеджмента

Основная цель курса «Основы событийного менеджмента» - дать представление о современных методиках проведения различного рода бизнес-мероприятий. В программе представлен перечень основных тем, тематика практических заданий, выполнение которых позволит студентам получить практические навыки организации, проведения, контроля эффективности мероприятий. Дисциплина предполагает большой объем практической деятельности студентов, формирующей ключевые профессиональные компетенции бакалавров. В программе представлен список вопросов к зачету и экзамену, списки основной и дополнительной литературы, технические задания для лабораторно-практических занятий.

Формируемые курсом компетенции:

- Способен реализовывать проекты и владеет методами их реализации
- Владеет навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.)
- Владеет навыками составления оформления материалов для экспертных заключений и отчетов

### Б.3.2 Вариативная часть базового профессионального цикла.

#### Теория и практика связей с общественностью

##### 1. Цель курса

Дать знания студентам о роли и месте связей с общественностью в социально-экономическом и социогуманирном развитии современного российского общества, сформировать у студентов знания о методах, техниках и технологиях, применяемых в современных связях с общественностью, познакомить на практике с основными направлениями и сферами PR-деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО. Курс «Теория и практика связей с общественностью» входит в профессиональный цикл дисциплин Б 3.

3. Формируемые компетенции в результате освоения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

- роль и место связей с общественностью в современном гражданском обществе;
- общее и особенное между связями с общественностью, пропагандой, рекламой, маркетингом;
- принципы связей с общественностью; классификацию коммуникационных услуг, функции PR-специалиста и профессиональных требования к нему;
- историю возникновения и развития связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности в РФ и за рубежом;
- цели и направления деятельности международных и российских ассоциаций в области связей с общественностью;
- систему профессиональных международных и российских периодических изданий в области связей с общественности
- правовые и этические аспекты PR-деятельности;
- коммуникационные модели, используемые в современных связях с общественностью;
- особенности внутренних и внешних коммуникации организаций в различных стратегических коммуникационных моделях (b2b, b2c, c2c);
- методы, техники и технологии связей с общественностью;
- основы проектной деятельности в связях с общественностью;
- основы коммуникаций с государственными органами

управления и местного самоуправления;

- основы коммуникаций со средствами массовой информации;
- основы коммуникаций с инвесторами;
- основы внутрикорпоративных коммуникаций;
- информационно-коммуникационное обеспечение конфликтных и чрезвычайных ситуаций;
- основы политического PR;

2) Уметь:

- готовить PR-тексты, медиатексты
- готовить и проводить мероприятия для прессы
- готовить корпоративные материалы (имиджевые документы, презентационный буклет, годовой отчет, письмо акционерам, летопись организации, биография руководителя)
- определять эффективные каналы выхода на различные целевые аудитории
- разрабатывать информационные и коммуникационные кампании
- использовать в своей работе информационные системы Медиалогия, Паблик. Ру, Интегрум, Factiva
- использовать новые медиа в PR-деятельности

3) Владеть:

- профессиональной лексикой;
- методиками, методами, и технологиями в различных отраслях связей с общественностью;
- методиками оценки эффективности PR-деятельности
- современными информационными технологиями.

#### 4. Структура и содержание дисциплины (модуля) Теория и практика связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 216 часов.

##### Теория и практика рекламы

1. Цель курса: Ввести студентов в мир рекламы, историю ее развития и современное состояние, ознакомить с рекламой как отраслью научно-практической деятельности. Выявить роль рекламы в жизни общества. Определить место рекламы в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Сформировать представления об основных категориях, понятиях, классификациях. Научить распознавать и использовать на практике различные каналы коммуникации. Проанализировать рекламный процесс и его участников. Сформулировать перспективные направления рекламной деятельности в современном мире. Заложить основы этического подхода к профессии. Сформировать у студентов базовый комплекс знаний и навыков, необходимых для дальнейшего процесса обучения.

##### 2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО

Дисциплина Теория и практика рекламы относится к вариативной части общепрофессионального цикла. Она читается на первом курсе и закладывает основы для изучения последующих дисциплин профессионального цикла, таких как, Основы маркетинга, Основы интегрированных маркетинговых коммуникаций, Основы менеджмента, Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью. Теория и практика рекламы также является основой для дальнейшего изучения дисциплин вариативной части общепрофессионального цикла:

Психология рекламы и ПР, Социология рекламы и ПР, Организация и проведение рекламных кампаний, Копирайтинг, Основы брендменеджмента.

Студенты, поступившие на первый курс специальности «Реклама и связи с общественностью», должны быть профессионально мотивированы на глубокое изучение основ своей будущей профессии, обладать общей культурной эрудицией, владеть навыками устной и письменной коммуникации, понимать, что эта дисциплина закладывает фундамент их знаний и, по сути открывает дверь к познанию профессии.

3. Формируемые компетенции в результате освоения дисциплины (модуля) Теория и практика рекламы:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1. Знать:

- терминологическую базу рекламологии,
- функции рекламной деятельности;
- классификацию типов и видов рекламы;
- каналы рекламной коммуникации;
- различные методики и техники рекламирования;
- новинки и достижения практики.

2. Уметь:

- выстраивать стратегии обучения; планировать работу;
- находить источники нужной информации;
- использовать различные классификации рекламы;
- выбирать каналы рекламной коммуникации;
- выступать с докладами, видео-презентациями, участвовать в дискуссиях;

- выработать навыки, связанные с процессами взаимодействия и сотрудничества; должен демонстрировать умение работать в группах;

### 3. Владеть:

- культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения;

- осознавать социальную значимость будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;

- этической и правовой основой рекламной деятельности;

- разработкой учебных рекламных продуктов и реализацией их в рамках конкурсов, фестивалей, научных студенческих конференций.

### 4. Структура и содержание дисциплины Теория и практика рекламы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц или

216 часов.

#### 4.3. Программы учебных и производственных практик

В соответствии с ФГОС ВПО по направлению «Реклама и связи с общественностью» «Учебная и производственные практики» являются обязательными и представляют собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Реализация ООП предусматриваются следующие виды практик: учебная и производственная.

Цели учебной и производственной практик – закрепление знаний и умений, приобретаемых студентами во время изучения теоретических курсов, выработка практических навыков, способствующих комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций.

Программа учебно-ознакомительной практики предусматривает организацию практики на кафедрах и в лабораториях МГУКИ, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом. Разделом учебной практики может являться научно-исследовательская работа студента. Студенты могут принимать участие в организации и проведении фестиваля социальных проектов, проводимого на базе МГУКИ. По результатам практики студенты проходят аттестацию на основании отчета о практике. Практика проводится в ? семестре, продолжительность практики - ? недели

Программа производственной практики предусматривает проведение практики в сторонних организациях в соответствии с договором и планом практических заданий. По окончании практики студенты представляют в специально созданную комиссию по защите практики следующие документы: дневник практики, отчет о прохождении и выполнении плана практики, отзыв-характеристику с места работы.

Практика проводится в 6 и 8 семестрах, продолжительность практики - ? недель.

Общая трудоемкость практик составляет 20 зачетных единиц (720 часов)

#### 4.4 Программа итоговых комплексных испытаний

Итоговая государственная аттестация состоит из устного экзамена по направлению «Реклама и связи с общественностью». Государственный итоговый междисциплинарный экзамен позволяет выявить сформированность общекультурных и профессиональных компетенций, теоретическую и практическую подготовку выпускника и включает вопросы по ключевым модулям государственного образовательного стандарта: коммуникология, интегрированные коммуникации, менеджмент и маркетинг.

Письменное дипломное исследование представляет собой законченное научное исследование, в котором содержится решение задачи, имеющей теоретическое или практическое значение, либо изложенные автором научно обоснованные разработки, обеспечивающие решение прикладных задач. В программе прописаны требования к содержанию, объему и структуре бакалаврской работы, а также вопросы и требования к государственному экзамену.

Итоговые комплексные испытания оцениваются государственной аттестационной комиссией по следующим критериям: соответствие

результатов освоения ООП ВПО обязательному (пороговому) уровню освоения общекультурных и профессиональных компетенций, самостоятельность суждений и умение аргументировать и отстаивать свою точку зрения, научный стиль изложения.

Программу итоговых комплексных испытаний готовят выпускающие кафедры, она утверждается Советом института.

#### 4.5. Сквозная программа наддисциплинарного учебного курса «Содержание и организация учебной деятельности студентов при освоении компетентностно-ориентированной ООП ВПО в соответствии с требованиями ФГОС ВПО»

Программа определяет назначение и устанавливает взаимосвязи содержания всех включенных в учебный план циклов, промежуточных и итоговых аттестаций. В курсе рассматриваются основные тенденции развития высшего профессионального образования по направлению подготовки в контексте Болонского процесса, проблемы качества высшего образования и основы компетентностного подхода к подготовке кадров.

Особое внимание уделено ФГОС ВПО по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», а также компетенциям выпускника, как совокупному ожидаемому результату образования. За время обучения в рамках сквозного наддисциплинарного курса студент принимает участие в формировании индивидуального компетентностно-ориентированного плана обучения. Курс помогает студенту освоить свою новую роль в образовательном процессе.

#### 5. УЧЕБНО - МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ООП ВПО

Основная образовательная программа обеспечена комплексом основных учебников, учебно-методической документацией, методическими рекомендациями, информационными ресурсами и материалами по всем учебным модулям, курсам и дисциплинам. Содержание каждой дисциплины представлено в печатном (на кафедрах) и электронном видах (электронная библиотека МГУКИ). Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронно-библиотечной системе.

#### 6. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ ООП ВПО

Реализует ООП высококвалифицированный кадровый состав кафедр рекламы и связей с общественностью. В штатном составе кафедр - доктора и кандидаты наук. К образовательному процессу привлечены преподаватели на условиях внешнего совместительства из числа руководителей организаций в сфере рекламы и связей с общественностью и имеющий большой стаж практической деятельности.

### Кадровое обеспечение реализации ООП ВПО

№ п/п	Уровень, степень образования, вид образовательной программы (основная / дополнительная), специальность, направление подготовки, профессия, наименование предмета, дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом	Характеристика педагогических работников				
		Фамилия, имя, отчество, должность по штатному расписанию	Какое образовательное учреждение окончил, специальность (направление подготовки) по документу об образовании	Ученая степень, ученое (почетное) звание, квалификационная категория	Стаж педагогического работника	
					всего	в т.ч. работ всего
1	2	3	4	5	6	7
	"Уровень, степень образования, вид образовательной программы, специальность, направление подготовки, профессия"  Направление - 031600«Реклама и связи с общественностью» Профиль – Реклама и связи с общественностью в отрасли Квалификация - Бакалавр					
Б.1 - Гуманитарный, социальный и экономический цикл						
1.	Философия	Воробьев Николай Григорьевич, профессор	Смоленский государственный педагогический институт, история	Кандидат философских наук, доцент	43	43
2.	Культурология	Гертнер Светлана Леонидовна, доцент	Таджикский государственный институт искусств им. Туркун-заде пение	Доктор культурологии, доцент	17	17
3.	Основы медиапланирования, Печатные форматы в рекламе и связях с общественностью Теория и практика массовой информации	Агронский Валерий Исаакович, доцент	Московский государственный университет		44	44
4.	Менеджмент Деловое общение	Андреева Надежда Евгеньевна	Харьковский государственный институт культуры	Кандидат педагогических наук, профессор	30	30
5.	Теория и практика рекламы, Эволюция политического консалтинга,	Бударина Ольга	Ростовский государственный	Кандидат политических	30	30

	Организация и проведение кампаний в связях с общественностью, Организация работы отделов по связям с общественностью	Алексеевна	университет	наук, доцент		
7.	Основы бренд-менеджмента	Дементьева Наталья Вадимовна	Московский государственный университет культуры и искусств, реклама	преподаватель	7	2
8.	Копирайтинг	Елькина Марина Валерьевна		преподаватель		
9.	Сценарное мастерство в событийном менеджменте	Киселева Дарья Викторовна	Московский государственный университет культуры и искусств, реклама	преподаватель	7	2
10.	Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью	Козловский Валерий Иванович	Высшая профсоюзная школа культуры, культурно-просветительная работа	Доктор философских наук, профессор	44	2
11.	Основы социальной рекламы	Козловский Егор Валерьевич	Московский государственный университет культуры и искусств	преподаватель	3	1
12.	Социология массовых коммуникаций Психология массовых коммуникаций	Матвеева Елена Олеговна	Московский государственный университет культуры и искусств, библиотековедение и библиография	Кандидат педагогических наук, профессор	15	9
13.	Организация и проведение кампаний в рекламе Основы маркетинга Основы интегрированных коммуникаций	Павлова Валентина Владимировна	Московский государственный университет культуры и искусств, реклама	преподаватель	10	
14.	Моделирование и технологии разработки продукта в рекламе и связях с общественностью	Пронин Александр Евгеньевич	Московский государственный университет, психология	доцент		7
15.	Имиджелогия Режиссура в событийном менеджменте Имидж публичного политика	Малая Ольга Геннадьевна доцент	1.Московский госуларств. институт культуры, культурно-просветительная работа, 2.Переподг МГУКИ, имиджелогия	Кандидат педагогических наук, <u>доцент</u>	15	1
16.	Сценарное мастерство Драматургия в рекламе и связях с общественностью	Тихоновская Галина Станиславовна	Московский государственный университет культуры и искусств,, культурно-просветительная работа	прфессор	40	
17.	Режиссура в событийном менеджменте Технологии продвижения в СКС	Шаталова Татьяна Евгеньевна	Московский государственный университет культуры и искусств,, культурно-просветительная	доцент		9

			работа			
18.	Реклама и связи с общественностью в социально-культурной сфере Дизайн в рекламе и связях с общественностью	Шершукова Елена Владимировна	Московский государственный университет культуры и искусств, Народное художественное творчество		5	5
19.	Эдагогика: технологии самоменеджмента Основы коммуникативной культуры	Садовская Валентина Степановна	Харьковский гос. институт культуры, культурно-просветительная работа	Доктор педагогических наук, <u>профессор</u>	40	40
20.	Теория и практика связей с общественностью	Титова Елена Петровна	Московский государственный институт культуры, библиотековедение и библиография	Кандидат педагогических наук, <u>доцент</u>	35	35
21.	Культурология Риторика	Кулагина Лариса Александровна	Московский государственный историко-архивный институт, историко-архивоведение		35	35
22.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Микрюков Владимир Олегович, Ст. преподаватель	Академия гражданской защиты МЧС России с отл	Кандидат философских наук	5	5
23.	Спонсорство и благотворительность	Ведерникова Маргарита Андреевна, доцент	Московский государственный университет культуры и искусств, культуролог-преподаватель	Кандидат искусствоведения	10	10
24.	Организация работы отделов рекламы Социальные кампании	Бородина Карина Геннадьевна, преподаватель	Воронежский государственный университет, экономика и социология труда		9	9
25.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Основы маркетинга Интегрированные маркетинговые коммуникации	Глазачева Татьяна Юрьевна, преподаватель	1. МГУ им. Ломоносова, журналистика 2. Высшие социологические курсы ин-та молодежи и Российской ассоциации и ДВА, социология		12	12
26.	Этические основы ПР деятельности Маркетинг	Орлов Константин Владиславович доцент	1. Сыктывкар Коми республиканская академия государственной службы и управления при Главе Республики Коми,		5	5

		государственное и муниципальное управление 2. Госуд. образовательное учреждение, бухгалтер. 3. Ухтинский индустриальный институт, экономика и управление на предприятии			
27.	Коммуникационный менеджмент	Лебедева Татьяна Юрьевна, профессор	Московский государственный университет им. Ломоносова, журналист	Доктор филологических наук	12
28.	Правовые основы PR-деятельности	Яковлева Наталья Сергеевна	МГУКИ	преподаватель	15
29.	Конфликтология	Никулин Алексей Сергеевич, Старший преподаватель	Московский государственный университет культуры и искусств	Кандидат философских наук	4

## 7. ОСНОВНЫЕ МАТЕРИАЛЬНО – ТЕХНИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ВУЗЕ В СООТВЕТСТВИИ С ООП ВПО

Лаборатории, специально оборудованные аудитории:

Лаборатории – 2

Специализированные компьютерные классы – 2

Библиотека

Электронная библиотека

Базы практик

## 8. ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ МГУКИ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ (СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ)

Характеристики социально-культурной среды Московского государственного университета культуры и искусств

Социокультурная среда Московского государственного университета культуры и искусств создана условиями, ориентированными на развитие личности и регулирование социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственно-духовных, гражданских, общекультурных качеств студентов, и представлена соответствующими документами.

В основу формирования социокультурной среды положена Концепция воспитательной деятельности Московского государственного университета культуры и искусств. В университете разработаны и утверждены следующие программы, регламентирующие социально-воспитательную деятельность:

1. Программа воспитательной деятельности на цикл обучения;
2. Методические рекомендации по организации, проведению воспитательной деятельности со студентами университета;
3. Программа патриотического воспитания студентов университета;
4. Программа оптимизации процесса адаптации студентов первокурсников к обучению в университете «Адаптационный тренинг»;

5. Программа по первичной профилактике наркотической, алкогольной, никотиновой и иных видов зависимостей, а так же ВИЧ-инфекций у студентов университета;
6. Программа социально-психологической помощи студентам университета;
7. Программа профилактики правонарушений среди студентов университета.

Наряду с этим в университете действует следующие локальные акты, регламентирующие социально-воспитательную и художественно-творческую деятельность университета:

1. Положение о стипендиальном обеспечении и других формах материальной поддержки студентов, аспирантов и докторантов университета (от 03 апреля 2006 года);
2. Положение о дежурстве студентов в учебных корпусах университета (от 21 сентября 2009 года);
3. Положение об общеуниверситетской лиге КВН (от 09 октября 2009 года);
4. Положение об отделе по социально-воспитательной работе университета (от 28 декабря 2009 года);
5. Положение о студенческом городке университета (от 28 января 2010 года);
6. Положение о стипендиальной комиссии институтов, факультетов и университета (от 29 марта 2010 года);
7. Положение о молодежном, гражданско-патриотическом, интеллектуальном клубе «Мы - россияне» (от 26 апреля 2010 года);
8. Этический кодекс студента университета (от 26 апреля 2010 года);
9. Положение о клубе выпускников университета (от 26 апреля 2010 года);
10. Положение о проведении конкурса «Лучший аспирант года» и «Лучший докторант года» университета (от 31 мая 2010 года);
11. Положение о Совете старост университета, институтов, факультетов (от 26 апреля 2010 года);
12. Положение о социально-воспитательной работе со студентами университета (от 28 июня 2010 года);
13. Положение о кураторе академической группы университета (от 28 июня 2010 года);
14. Положение о совете кураторов университета;
15. Положение об учебно-воспитательной комиссии университета (от 28 июня 2010 года);

16. Положение о Совете по воспитательной работе университета (от 28 июня 2010 года);
17. Положение о секторе психолого-консультационной работе со студентами университета (от 28 июня 2010 года);
18. Положение о студенческом Ректорате (дублеров) университета (от 26 февраля 2007 года);
19. Положение о кабинете медицинского работника университета (от 27 декабря 2010 года);
20. Положение о студенческом совете университета (от 27 декабря 2010 года);
21. Положение о старосте студенческой академической группы (от 27 декабря 2010 года);
22. Положение о поощрении студентов университета (от 27 декабря 2010 года);
23. Положение о конкурсе «Лучший декан факультета», «Лучший директор института» университета (от 27 декабря 2010 года);
24. Положение о конкурсе «Лучший студент, магистр университета» (от 27 декабря 2010 года);
25. Положение о студенческом центре «Юридическая помощь» университета; (от 27 декабря 2010 года);
26. Положение о студенческом, педагогическом отряде университета (от 27 декабря 2010 года);
27. Положение о смотре-конкурсе «Университет – наш дом» (от 31 января 2011 года);
28. Положение о добровольной студенческой дружине университета (от 31 января 2011 года);
29. Положение об учебно-творческом центре Московского государственного университета культуры и искусств (от 31 августа 2009 года);
30. Положение о спортивном студенческом центре (от 28 июня 2010 года).

Формирование социально-культурной среды осуществляется на основе органичного взаимодействия как учебного так и внеучебного процесса и целенаправленного воспитания студентов университета по следующим направлениям:

Гражданско-патриотическое воспитание проводится на основе Государственной программы «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2006-2010 годы», утвержденной Постановлением Правительства Российской Федерации № 422 от 11.07.2005 года и

Федерального закона от 13.05.1995 г. № 32-ФЗ «О днях воинской славы и памятных датах России».

Работа гражданско-патриотического интеллектуального молодежного клуба «Мы – Россияне» с выдающимися деятелями культуры, науки и искусства, общественными и политическими деятелями, выдающимися спортсменами.

В рамках празднования Победы в Великой Отечественной войне в университете проводятся следующие мероприятия:

- студенческая акция «Спасибо Вам за Победу», «Свеча памяти»;
- «Парад наследников Победы»;

Выставка работ по социальной рекламе.

Социальная работа со студентами представлена мероприятиями по сохранению и преумножению традиций русской культуры и быта, актуализации семейных ценностей, решение вопросов, связанных с расслоением российского общества:

- на территории университета функционируют студенческие общежития, стадион, спортивный центр, Учебно-творческий центр, студенческий центр, столовая, кафетерий, профком;
- проводится работа среди студентов по вопросам социального обеспечения и материальной поддержки;
- осуществляет свою работу медицинский пункт университета;
- проводится конкурс «Лучший куратор университета».

Общеуниверситетские мероприятия с активным участием студентов:

1. Общее собрание первокурсников (август);
2. Большой педагогический совет (общее собрание преподавателей и органичного взаимодействия как учебного так и внеучебного процесса и целенаправленного воспитания студентов университета по следующим направлениям:

- посещение музеев (музей МГУКИ, музей современного искусства, Третьяковская галерея, музей изобразительного искусства им. А.С. Пушкина, музей истории российского предпринимательства и др.), выставок (ежегодная книжная выставка на ВВЦ, в библиотеке им. Н.А. Добролюбова, выставка в библиотеке иностранной литературы, профессиональные выставки «Карьера и образование» и др.), театров студентами, проживающими в общежитии, и иностранными студентами;
- фестивали и конкурсы:
  - Международный молодежный песенно-поэтический конкурс «Журавли над Россией»;

- фестиваль патриотической песни «Пусть звучат в веках голоса поколений»;
- конкурс авторской песни «Пусть наш Мир от друзей и песен – будет тесен»;
- поэтические турниры «Мы слышим музыку стиха!» и многие другие;
- Российский студенческий фестиваль социальной рекламы (РСФСР)
- Фестиваль студенческих фильмов и художественной фотографии «Золотая пятерочка»;
- Молодежный студенческий фестиваль «Да – мечте!»;
- Молодежный студенческий фестиваль-конкурс в области театрального искусства «Левый берег»;
- «Дни славянской письменности и культуры» было проведено в институтах, на факультетах.

В университете работают студенческие клубы и любительские объединения:

- «Киноклуб»;
- общеуниверситетское любительское объединение «Светоч» для студентов, пишущих стихи и прозу;
- клуб «Дебаты»;
- газета «Вслух»;
- кружок «Восточные танцы»;
- «Этикет-салон»;
- Научное объединение «Культурный слой»;
- любительское объединение «Театр-студия»;
- общеуниверситетский оргкомитет лиги КВН «Лук» (Лига Университета Культуры);
- студенческие клубы хореографического факультета: клуб бального танца, клуб современной хореографии;
- студенческий музыкальный фольклорный театр «Русский праздник»;
- студенческий интернациональный клуб «Планета Дружбы»;
- «Клуб юридических консультаций»;
- Научное студенческое общество;
- Студенческие вокально-инструментальные ансамбли.

Осуществляется взаимодействие с творческими вузами Москвы и Московской области, Московский студенческим центром, Центром межнационального сотрудничества, Росмолодежь и др. организациями. На

базе университета проводятся такие мероприятия, как Московский городской фестиваль студенческого творчества «Фестос» (март-апрель), региональный фестиваль-конкурс «Студенческая весна», Международный фестиваль «Дружба без границ» совместно с Московской областной Думой.

Студенческие общественные организации:

- Студенческий совет;
- Совет старост университета;
- Студенческий совет общежития;
- Студенческий ректорат дублеров.

На институтах и факультетах университета функционируют студенческие объединения. Проведены следующие студенческие акции: «День вежливости», «День борьбы с курением», «День донора».

Спортивно-оздоровительная работа.

На кафедре физического воспитания работают секции по видам 10 видов спорта: аэробика, атлетизм, баскетбол, бадминтон, волейбол, настольный теннис, самбо, мини-футбол, легкая атлетика, лыжный спорт.

В секциях по видам спорта занимаются от 30 до 150 студентов.

Ежегодно студенты университета участвуют и защищают честь университета в Спартакиаде Московской области по видам спорта и в Московских студенческих играх ГСК «Буревестник».

В рамках работы по формированию здоровья студенческой среды Московского государственного университета культуры и искусств реализуется соответствующая работа на кафедре физического воспитания (зав. кафедрой Ю.И. Дудкина) и социально-воспитательным отделом: тематические спортивные мероприятия, посвященные знаменательным датам («День здоровья», «Международный день студента»).

Программа спортивно-массовой и оздоровительной работы со студентами Московского государственного университета культуры и искусств

№ п/п	Наименование мероприятия
1.	Студенческая акция «День здоровья»
2.	Мастер-класс по здоровью сберегающим технологиям «В здоровом теле - здоровый дух» для студентов факультета социально-культурной деятельности и библиотечно-информационного института.

3.	Мастер-класс по здоровью берегающим технологиям «Спортивное питание» для студентов института МАСС МЕДИА и института экономики, управления и права.
4.	Мастер-класс по здоровью берегающим технологиям «Правильное питание – залог здоровья» для студентов института музыки и института культурологии и музееведения, факультета народной художественной культуры и музейного дела.
5.	Организация работы спортивно-массовых секций.
6.	Соревнования для студентов университета «Лыжня МГУКИ».
7.	«Спартианские игры»
8.	Научно-практическая конференция по вопросам асоциального поведения студентов средствами физической культуры и спорта.
9.	Студенческая акция «День здоровья»

Спортивные секции, клубы, действующие на базе университета

№ п/п	Наименование спортивной секции, клуба.
1	Спортивный студенческий центр
2	Атлетизм
3	Баскетбол
4	Бадминтон
5	Волейбол
6	Настольный теннис
7	Самбо
8	Мини-футбол
9	Легкая атлетика
10	Теннис
11	Лыжный спорт

Кроме того, для поддержания здорового образа жизни студентов в университете действует Программа по первичной профилактике наркотической, алкогольной, никотиновой и иных видов зависимостей, а также ВИЧ-инфекций у студентов. В результате в рамках данной программы ежегодно реализуется комплекс мероприятий, призванных обеспечить решение основных задач в сфере профилактики наркотической, алкогольной, никотиновой и иных видов зависимостей, а также ВИЧ-инфекций у студентов Московского государственного университета культуры и искусств:

- Презентация молодежной донорской программы «Мы с тобой одной крови» Департамента семейной и молодежной политики;
- Организуется добровольная сдача анализов на RV, гепатит «В», «С» студентами при заселении в общежития;
- Акция «Сигарета душит тебя»;
- Лекция «Здоровье и здоровый образ жизни» (ноябрь 2010);
- «Круглые столы» и конкурс научных студенческих работ, посвященные борьбе с табакокурением, наркоманией, алкоголизмом, заболеванием СПИД;

сотрудников вуза) (август);

3. День знаний (сентябрь);

4. Международный день учителя (октябрь);

5. Новогоднее представление для студентов и аспирантов (декабрь);

6. День отличника (февраль);

7. Международный песенно-поэтический конкурс «Журавли над Россией» (февраль);

8. День защитника Отечества (февраль);

9. Международный женский день (март);

10. День открытых дверей (февраль, март);

11. День работников культуры России (март);

12. Парад наследников Победы (май);

13. День встречи выпускников вуза (май);

14. День России (июнь);

15. День памяти и скорби, день начала Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. (июнь);

16. Торжественная церемония, посвященная выпускникам университета (июнь);

17. Ежегодный отчетный концерт вуза, в рамках Московского форума культуры (июль).

- издан сборник воспоминаний ветеранов ВОВ университета;
- проведены студенческие встречи с ветеранами ВОВ университета;
- проведены встречи ректората университета с участниками боевых действий и ветеранами ВОВ;
- проведен совместный проект с Росмолодежью «Наша Победа»;
- митинг, посвященный Дню памяти и скорби погибших преподавателей, студентов и сотрудников в годы Великой отечественной войны;
- День Защитника Отечества;
- День России.

Духовно-нравственное и эстетическое воспитание студентов реализуется посредством следующих мероприятий:

- организации встреч с писателями, артистами, деятелями культуры и искусства, читательские конференции в рамках «Клуба интересных встреч»;

Социокультурная среда создает условия, прежде всего, для развития профессиональной компетентности студентов. В то же время она закладывает условия для духовно-нравственного развития, гражданского становления, обогащения личностного и профессионального опыта, созидательного решения общественных и личных проблем, а также содействует социальной и творческой самореализации студентов, приобщения их к здоровому образу жизни, формирования у них чувства гордости за то, что они являются студентами МГУКИ.

Социокультурная среда обеспечивает историческую преемственность базовых ценностей современного общества, поддерживая и формируя культурные традиции в системе воспроизводства знаний и их использования на благо развития общества, развивает чувство социальной ответственности выпускника.

Социокультурная среда реализации ООП «Реклама и связи с общественностью» представлена:

- общеуниверситетскими культурными и социальными проектами: Московский Форум культуры, Международный фестиваль песенно-поэтического творчества «Журавли над Россией», Гражданско-патриотический клуб «Мы – Россияне», Научно-художественные среды, Конкурс на лучшую научную работу студентов «Планета на пути к культуре мира», Киноклуб (ежемесячные встречи с известными режиссерами, операторами, продюсерами с показом художественных, документальных и анимационных фильмов);

- социокультурными проектами Института МАСС МЕДИА: Фестиваль социальных проектов «МЕДИА КЛАСС», Фестиваль студенческих фильмов и творческой фотографии «Золотая пятерка», Литературно-художественный сборник Института МАСС МЕДИА «Зеркало», Открытый образовательный семинар «День актуальной рекламы» (проект «МЕДИА КЛАСС нон-стоп»), выпуск газеты кафедры рекламы «Рекламная пауза», творческие фестивали «Посвящение в студенты», проведение «Дней открытых дверей», систематические выставки «Образование и карьера», мастер-классы ведущих практиков отрасли, деловые игры, коммуникативные тренинги, участие студентов в конкурсах на получение грантов различного уровня;

- социокультурная среда отрасли (реклама и связи с общественностью): интенсивные образовательные тренинги в рекламных и PR-агентствах, отраслевые конкурсы и фестивали (московских и региональных вузов и профильных общественных организаций), научно-практические конференции;

- спортивно-оздоровительными мероприятиями университета и факультета: участие в организации и проведении соревнований: по футболу, волейболу, баскетболу, настольному теннису, аэробике, атлетической гимнастике, легкой атлетике и другим видам спорта.

Создание активной социокультурной среды отражено в концепции воспитательной деятельности, в содержании учебных курсов (развитие навыков самодиагностики и самопознания студентами своих индивидуально-психологических особенностей в рамках психолого-педагогических практикумов; развитие художественно-творческого потенциала студентов в рамках общеуниверситетских мероприятий; развитие профессиональной компетентности студентов в ходе различных видов практики).

## 9. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ООП БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ 031600 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

В соответствии с ФГОС ВПО и Типовым положением о вузе оценка качества освоения студентами основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую государственную аттестацию студентов.

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации студентов ООП ВПО осуществляется в соответствии с Типовым положением о Вузе, утвержденном постановлением Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2008 г. N 71, пп 45-47, Уставом ФГОУ ВПО «МГУКИ», утвержденного приказом Федеральным агентством по культуре и кинематографии 20.09.2006 №461 пп 4.7 – 4.10, Положением об организации учебного процесса в Университете по программам высшего профессионального образования, утв. приказом Федеральным агентством по культуре и кинематографии 10.10.2006 №193-о, Положением о курсовых экзаменах и зачетах, Положением о межсессионном (рубежном) контроле уровня знаний студентов, Положением о порядке проведения практики студентов, Положением о выпускных

квалификационных работах (дипломных работах и дипломных проектах), Положением об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений Российской Федерации, Методикой создания оценочных средств для итоговой государственной аттестации выпускников вузов на соответствие требованиям государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (приложение к письму Минобразования России от 16.05.2002 №14-55-353ин/15)

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

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям ООП создаются фонды оценочных средств. Эти фонды включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, коллоквиумов, зачетов и экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику курсовых работ/проектов, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценивать уровни образовательных достижений и степень сформированности компетенций. (См.приложение)

### 9.2 Итоговая государственная аттестация студентов-выпускников вуза

Итоговая государственная аттестация является обязательной и осуществляется после освоения основной образовательной программы в полном объеме.

Программу итоговых комплексных испытаний готовят выпускающие кафедры, она утверждается Советом института МАСС МЕДИА.

Согласовано:

Председатель методического совета по качеству

по направлению «Реклама и

связи с общественностью» \_\_\_\_\_

Н.Ю.Дементьева

Проректор по учебно-методической

деятельности

Т.К.Солодухина

Начальник учебно-методического

управления

Т.А.Надаховская

Начальник отдела качества и  
сертификации образования

В.В.Болочагина

Вводится в действие с момента подписания.