



**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
БРЯНСКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА**

«ПРИНЯТО»

Решением Ученого совета
Протокол № 1
от «25» сентября 2025г.

«УТВЕРЖДЕНО»

Ректор

_____ Л.Л. Прокопенко

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная

Брянск

2025

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 01DAF20DF11AE8200080F7A381D0002
Владелец: Прокопенко Любовь Леонидовна
Действителен: с 19.08.2024 до 19.08.2025

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Разработчики:

Доцент Н.В. Петрухина

РЕДАКЦИЯ ОБСУЖДЕНА

на заседании кафедры экономики и управления 26.08.2025 г.

Заведующий кафедрой

Д.В. Ерохин

СОГЛАСОВАНО:

Проректор по учебной работе

Т.Ю. Тюрина

СОГЛАСОВАНИЕ С РАБОТОДАТЕЛЯМИ:

Наименование организации	Должность подписанта	ФИО подписанта	Подпись	Дата согласования, печать
Государственное бюджетное учреждение «Редакция газеты «Вперёд»	Главный редактор	Довбня Сергей Николаевич		
Государственное бюджетное учреждение «Редакция газеты «Земля Трубчевская»	Главный редактор	Андросова Светлана Федоровна		
Индивидуальный предприниматель Статычнюк Игорь Петрович	Руководитель	Статычнюк Игорь Петрович		

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения	4
1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы	4
2. Нормативные документы для разработки основной профессиональной образовательной программы	4
3. Характеристика профессиональной деятельности выпускников	5
3.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников	5
3.2. Перечень профессиональных стандартов	6
3.3. Типы задач профессиональной деятельности выпускников	6
4. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы, реализуемая в рамках направления подготовки	7
4.1. Направленность (профиль) основной профессиональной образовательной программы в рамках направления подготовки	7
4.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам основной профессиональной образовательной программы	7
4.3. Объем образовательной программы	7
4.4. Формы обучения	7
4.5. Срок получения образования	7
5. Требования к структуре и содержанию программы	8
5.1. Структура и объем программы	8
5.2. Типы практик	8
5.3. Учебный план	8
5.4. Календарный учебный график	8
5.5. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей), в том числе оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам	8
5.6. Рабочие программы практик	8
5.7. Программа государственной итоговой аттестации	8
6. Требования к результатам освоения программы	8
6.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	8
6.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	10
6.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	13
7. Требования к условиям организации программы	14
7.1. Общесистемные требования к реализации программы	14
7.2. Требования к учебно-методическому обеспечению	15
7.3. Требования к кадровым условиям реализации программы	16
7.4. Требования к финансовым условиям реализации программы	17
7.5. Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе	17
8. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие универсальных компетенций выпускников	17
8.1. Рабочая программа воспитания	17
8.2. Календарный план воспитательной работы	17
9. Особенности реализации учебного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	18

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы высшего образования (далее – образовательная программа, ОПОП).

Образовательная программа бакалавриата, реализуемая Частным образовательным учреждением высшего образования «Брянский институт управления и бизнеса» (далее - Институт) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере с учетом требований предъявляемых к выпускнику на основе Федерального закона от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее – ФГОС ВО), на основе требований рынка труда.

ОПОП разработана с учетом Профессиональных стандартов «Специалист по информационным ресурсам» и «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника.

ОПОП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки, отражает компетентностно-квалификационную характеристику выпускника 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 практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

Цель ОПОП ВО – формирование у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВО.

Образовательная деятельность по программе бакалавриата осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

2. НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ

1. Федеральный закон от 29 декабря 2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями).

2. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512, зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 г. № 74220 (в редакции ред. от 27.02.2023 г.) (далее – ФГОС ВО, образовательный стандарт);

3. Профессиональный стандарт 06.013 «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022 г. N420н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 августа 2022 г., регистрационный N69714);

4. Профессиональный стандарт 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N33973);

5. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 06.04.2021 г. № 245 «Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования — программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

6. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;

7. Приказ Минобрнауки России от 27.03.2020 N 490 "О внесении изменений в

некоторые приказы Министерства образования и науки Российской Федерации, касающиеся проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования" (Зарегистрирован в Минюсте России 03.04.2020 № 57973);

8. Приказ Министерства науки и высшего образования РФ и Министерства просвещения РФ от 5 августа 2020 г. № 885/390 «О практической подготовке обучающихся»;

9. Нормативно-методические документы Минобрнауки РФ, Минпросвещения РФ.;

10. Устав Частного образовательного учреждения высшего образования «Брянский институт управления и бизнеса»;

11. Внутренние локальные акты.

3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

3.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников:

Области профессиональной деятельности выпускника образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата (далее - выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

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

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации).

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

Тип (-ы) задач профессиональной деятельности выпускников:

- авторский;
- редакторский;
- проектный;
- маркетинговый;
- организационный;
- технологический.

3.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приведен в Приложении №1. Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программ бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, представлен в Приложении № 2.

3.3. Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

Таблица № 1

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
		Осуществление авторской	Текст рекламы и связей с

06 Связь, информационные коммуникационные технологии	и	авторский	деятельности по созданию текста рекламы / связей с Общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
		редакторский	Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
		проектный	Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
		организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
		технологический	Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
		социально – просветительский	Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
		маркетинговый	Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
			Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)	проектный	сфере рекламы и связей с общественностью	средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
	организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
	технологический	Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
	маркетинговый	Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
	социально – просветительский	Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
	авторский	Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
	редакторский	Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности

4. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, РЕАЛИЗУЕМАЯ В РАМКАХ БАКАЛАВРИАТА НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

4.1. Направленность (профиль) основной профессиональной образовательной программы в рамках бакалавриата направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

4.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам основной профессиональной образовательной программы: бакалавр.

4.3. Объем образовательной программы бакалавриата 240 зачетных единиц (далее – з.е.).

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (далее – з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану.

Объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 з.е. вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану (за исключением ускоренного обучения), а при ускоренном обучении – не более 80 з.е.

4.4. Формы обучения: очная.

4.5. Срок получения образования по программе бакалавриата направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью:

-в очной форме обучения 4 года.

-при обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ может быть увеличен по их заявлению не более чем на полгода по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

5. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ И СОДЕРЖАНИЮ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

5.1. Структура и объем программы бакалавриат направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью:

Таблица № 2

Структура программы бакалавриата		Объем программы и ее блоков в з.е.в соответствии с ФГОС ВО	Объем программы бакалавриата в з.е., установленный Институтом
Блок 1	Дисциплины (модули)	не менее 165	204
Блок 2	Практика	не менее 27	27
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6-9	9
Объем программы бакалавриата		240	240

5.2. Типы практик:

В Блок 2 «Практики» входят:

-учебная практика: профессионально-ознакомительная практика;

-производственная практика: профессионально-творческая практика;

-производственная практика: преддипломная практика.

Объем практики каждого типа определен учебным планом, утвержденным ученым советом БИУБ.

5.3. Учебный план (Приложение 3).

5.4. Календарный учебный график (Приложение 4).

5.5 Рабочие программы дисциплин (модулей), в том числе оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам (Приложение 5)

5.6. Рабочие программы практик (Приложение 6).

5.7. Программа государственной итоговой аттестации (Приложение 7).

6. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

6.1.В результате освоения программы бакалавриата направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью у выпускников будут сформированы компетенции,

установленные программой.

6.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица № 3

Категория компетенции	Универсальная компетенция		Индикатор достижения компетенции	
	код	наименование	код	наименование
Системное и критическое мышление	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1	Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результаты анализа поставленной задачи
			УК-1.2	Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации
			УК-1.3	Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор
Разработка и реализация проектов	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1	Понимает базовые принципы постановки задач и выработки решений
			УК-2.2	Выбирает оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
Командная работа и лидерство	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1	Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций
			УК-3.2	Эффективно взаимодействует с другими членами команды, понимает свою роль в команде
Коммуникация	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1	Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении на государственном языке РФ и иностранном (-ых) языках, в том числе с использованием средств информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)
			УК-4.2	Ведет деловую переписку на государственном языке РФ и иностранном(-ых) языках
			УК-4.3	Использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах
			УК-4.4	Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного(-ых) на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный (-ые)
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
			УК-5.2	Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1	Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно использует эти ресурсы
			УК-6.2	Выстраивает и реализует персональную траекторию непрерывного образования и саморазвития на его основе
		Способен поддерживать должный уровень физической	УК-7.1	Рассматривает нормы здорового образа жизни как основу для полноценной социальной и профессиональной деятельности

Самоорганизация и саморазвитие (в том числе)	УК-7	здоровьес	подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.2	Выбирает и использует здоровьесберегающие приемы физической культуры для укрепления организма в целях осуществления полноценной профессиональной и другой деятельности
Безопасность жизнедеятельности	УК-8		Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1	Применяет теоретические и практические знания и навыки для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности в бытовой и профессиональной сферах
				УК-8.2	Осуществляет оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9		Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1	Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике
				УК-9.2	Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски
Гражданская позиция и	УК-10 ²		Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-10.1	Реализует гражданские права и осознанно участвует в жизни общества
				УК-10.2	Следует базовым этическим ценностям, демонстрируя нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействует им в профессиональной деятельности

Примечание. Данная УК категории «Гражданская позиция» изменена согласно приказу Министерства науки и высшего образования РФ № 208 от 27.02.2023 г. «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования».

6.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица № 4

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
		ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Анализирует систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
		ОПК-2.2. Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
		ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
		ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникационная	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и	ОПК-5.1. Анализирует совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
		ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Технологии	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
		ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной	ОПК-7.1. Анализирует цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
		ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и

	ответственности	связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и нормами, принятыми профессиональным сообществом
--	-----------------	---

6.1.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица № 5

Самостоятельно установленные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности: авторский				
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам	ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося	ПК-1.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации
и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	средствами массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	мирового и отечественного опыта	ПК-1.2 Создает информационные поводы и сценарии специальных событий и мероприятий для рекламно-коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.3 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде	06.013 Специалист по информационным ресурсам
Тип задач профессиональной деятельности: редакторский				
Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПК-2. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-2.1 Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-2.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

			продукта медиаконцепции канала	
Тип задач профессиональной деятельности: проектный				
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПК-3. Способен участвовать в разработке и реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-3.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-3.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам
Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый				
Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПК-4. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-4.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-4.2 Принимает участие в организации выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПК-4.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам
Тип задач профессиональной деятельности: организационный				
Организация процесса создания коммуникационного продукта	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее -	ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-5.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным

	СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.		общественностью ПК-5.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-5.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	ресурсам
Тип задач профессиональной деятельности: социально-просветительский				
Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПК-6. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-6.1 Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-6.2 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам
Тип задач профессиональной деятельности: технологический				
Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн- и офлайн-коммуникаций	ПК-7.1 При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн- и офлайн-среде ПК-7.2 При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн- и офлайн-среде. ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

			различными целевыми группами	
			ПК-7.4 Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций ПК-7.5 Использует современные технические средства и	
			основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	

7. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

7.1. Общесистемные требования к реализации программы бакалавриата:

7.1.1. Материально-техническое обеспечение (помещения и оборудование)

Материально-технические условия реализации ОПОП формируются на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ бакалавриата, определяемых ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

Институт располагает на правах оперативного управления материально-технической базой (помещением и оборудованием), для реализации программы магистратуры в соответствии с учебным планом. Материальная база Института соответствует действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории Института, так и вне ее.

Образовательный процесс обеспечен помещениями. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой магистратуры, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

БИУБ располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, семинаров, выполнения выпускных квалификационных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещениями для самостоятельной работы.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института.

Институт обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению

при необходимости).

В составе аудиторного фонда Института имеется спортивный зал.

Помещения Института представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Института.

7.1.2. Электронная информационно-образовательная среда Института:

В БИУБ имеются 4 компьютерных класса, оснащенных 63 компьютерами и комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ, в том числе, при применении дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным и поисковым системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и ежегодно обновляется.

Электронная информационно-образовательная среда БИУБ обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации программы бакалавриата с применением дистанционных образовательных технологий электронная информационно-образовательная среда Института обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы магистратуры;
- проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

Каждый обучающийся по образовательной программе в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно - библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно - образовательной среде организации.

Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно- образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки (как на территории организации, так и вне ее), в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»).

7.2. Требования к учебно-методическому обеспечению программы бакалавриата

7.2.1. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения:

1. Операционная система Microsoft Windows XP Professional Russian — OEM-лицензии (поставляются в составе готового компьютера);
2. Операционная система Microsoft Windows 7 Professional — OEM-лицензии (поставляются в составе готового компьютера);
3. Операционная система Linux: Open-source;
4. Свободный пакет офисных приложений Open Office;

5. Свободный пакет офисных приложений Libre Office;
7. Комплексная система антивирусной защиты рабочих станций Dr.Web Desktop Security Suite LBW-BC-12M-50-B1;
8. Программные средства АПК Аналитик – авто
9. Программный комплекс SciLab — свободная лицензия CeCILL.

7.2.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
2. Электронные ресурсы Российской государственной библиотеки <http://www.rsl.ru/ru/root3489/all>.
3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.
4. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
5. База данных научных журналов на русском и английском языке ScienceDirect. Открытый доступ к метаданным научных статей по различным направлениям наук. Поиск рецензируемых журналов, статей, глав книг и контента открытого доступа <http://www.sciencedirect.com/>
6. Информационно-правовой портал Гарант <https://www.garant.ru>
7. Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/>
8. Национальная электронная библиотека <http://www.nns.ru/>
9. Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>
10. Реестр примерных основных общеобразовательных программ <https://fgosreestr.ru/>

7.2.3. Информационно-библиотечное обеспечение:

1. Электронно-библиотечная система IPR SMART (www.iprbookshop.ru)
2. Образовательная платформа ЮПАЙТ (<https://biblioonline.ru/catalog/legendary> и <https://urait.ru/catalog/legendary>)
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU ([www: http://elibrary.ru](http://elibrary.ru))

Российский союз выставок и ярмарок - РСВЯ https://ruef.ru/ (информационная база знаний индустрии)	Российский союз выставок и ярмарок - РСВЯ - объединение ведущих российских организаторов выставок, владельцев выставочных комплексов и центров, сервисных компаний, осуществляющих свою деятельность в индустрии выставок, ярмарок, встреч, инсентивов, конгрессов и ивентов, а также представителей выставочного бизнеса стран СНГ. Союз учрежден в 1991 году, с 1994 года является членом Всемирной ассоциации выставочной индустрии – UFI. На сайте: •Аудит выставочных мероприятий •Международное взаимодействие в индустрии событий и мероприятий •Информационная база знаний индустрии •Уникальные издания
Polpred.com - Обзор СМИ https://www.polpred.com/	База данных с рубрикатом: 53 отрасли / 600 источников / 8 федеральных округов РФ / 235 стран и территорий / главные материалы / статьи и интервью 13000 первых лиц. Ежедневно тысяча новостей, полный текст на русском языке. Миллионы сюжетов информагентств и деловой прессы за 15 лет. Интернет-сервисы по отраслям и странам.
Научная электронная библиотека eLIBRARY http://elibrary.ru	Информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 29 млн научных статей и публикаций, в том числе электронные версии более 5600 российских научно-технических журналов, из которых более 4800 журналов в открытом доступе.

Информационный портал http://htmlbook.ru/	Сайт разбит на несколько тем и областей, ориентированных на пользователей разного уровня подготовки. Набор статей по разным темам создания сайта. Каждая статья является независимой и в то же время выступает как часть темы, в которую входит. Сборник задач для самостоятельного решения. Все задачи делятся на три уровня сложности.
Служба распространения пресс-релизов «Пресс-релиз.ру»: http://www.press-release.ru/	Он-лайн служба распространения пресс-релизов "Press-release.ru" - ресурс, созданный для решения задач коммуникации. Для удобства пользователей все поступающие пресс-релизы разбиты на тематические рубрики. Существует возможность подписки на материалы любого выбранного раздела, как в ежедневном, так и в еженедельном режиме. Предлагаются самые актуальные новости политики, экономики, регионов.
Система мониторинга и анализа СМИ – «Медиалогия» https://www.mlg.ru/	Медиалогия — разработчик автоматической системы мониторинга и анализа СМИ и соцмедиа в режиме реального времени. На сегодняшний день Медиалогия является лидером в мониторинге и анализе СМИ. Более 54 тысяч издателей федерального и регионального уровня поставляют свой контент в режиме 24x7. Медиалогия автоматически обрабатывает 500 тыс. сообщений СМИ и 100 млн. сообщений соц.медиа в сутки, чтобы каждое утро сотрудники пресс- служб получали мониторинг в 2 клика.
Измерения аудитории и анализ СМИ - «Медиаскоп» https://mediascope.net/	Mediascope – технологичная исследовательская компания, лидер российского рынка медиаисследований, мониторинга рекламы и СМИ. Деятельность компании основана на международных стандартах проведения исследований. Клиентами Mediascope являются большинство участников медиа-рекламного рынка: рекламные агентства и группы, издательские дома, телеканалы, радиостанции, интернет-площадки и компании-рекламодатели. Данные Mediascope служат основой для принятия стратегических решений. В он-лайн режиме можно задать запрос по интересующим параметрам и получить статистические данные мгновенно.
Федеральная служба государственной статистики http://www.gks.ru/	Удовлетворение потребностей органов власти и управления, средств массовой информации, населения, научной общественности, коммерческих организаций и предпринимателей, международных организаций в разнообразной, объективной и полной статистической информации – главная задача Федеральной службы государственной статистики. Международная экспертиза признала статистические данные Федеральной службы государственной статистики надежными.
портал Электронная библиотека: диссертации http://diss.rsl.ru/?menu=disscatalog/	Российская государственная библиотека предоставляет возможность доступа к полным текстам диссертаций и авторефератов, находящимся в электронной форме, что дает уникальную возможность многим читателям получить интересующую информацию, не покидая своего города. Для доступа к ресурсам ЭБД РГБ создаются Виртуальные читальные залы в библиотеках организаций, в которых и происходит просмотр электронных диссертаций и авторефератов пользователями. Каталог Электронной библиотеки диссертаций РГБ находится в свободном доступе для любого пользователя сети Интернет.
сайт Института научной информации по общественным наукам РАН. http://www.inion.ru	Библиографические базы данных ИНИОН РАН по социальным и гуманитарным наукам ведутся с начала 1980-х годов. Общий объем массивов составляет более 3 млн. 500 тыс. записей (данные на 1 января 2012 г.). Ежегодный прирост — около 100 тыс. записей. В базы данных включаются аннотированные описания книг и статей из журналов и сборников на 140 языках, поступивших в Фундаментальную библиотеку ИНИОН РАН. Описания статей и книг в базах данных снабжены шифром хранения и ссылками на полные тексты источников из Научной электронной библиотеки.
	Федеральный портал «Российское образование» – уникальный интернет-ресурс в сфере образования и науки. Ежедневно публикует самые актуальные новости, анонсы событий,

Федеральный портал «Российское образование» [Электронный ресурс] – http://www.edu.ru	информационные материалы для широкого круга читателей. Ежедневно на портале размещаются эксклюзивные материалы, интервью с ведущими специалистами – педагогами, психологами, учеными, репортажи и аналитические статьи. Читатели получают доступ к нормативно-правовой базе сферы образования, они могут пользоваться самыми различными полезными сервисами – такими, как онлайн-тестирование, опросы по актуальным темам и т.д.
Портал Роскомнадзора: http://rkn.gov.ru/	Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. На сайте опубликованы открытые данные Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор), в том числе: Сведения из реестра зарегистрированных средств массовой информации; Реестр лицензий в области связи; Сведения из реестра лицензий на деятельность по телерадиовещанию и др. Пользователь без заключения договора с Роскомнадзором может использовать открытые данные свободно, бесплатно, бессрочно, безвозмездно и без ограничения, в том числе имеет право копировать, публиковать, распространять открытые данные, видоизменять открытые данные и объединять их с другой информацией, использовать открытые данные в некоммерческих и коммерческих целях, использовать для создания программ для ЭВМ и приложений.
АНО «Радиочастотный спектр»: https://rspectr.com/	АНО «Радиочастотный спектр» - это: Портал по вопросам связи, информационных технологий и массовых коммуникаций RSPECTR.COM. Специализированный журнал по вопросам связи, информационных технологий и массовых коммуникаций «РСпектр». Конференции, форумы, семинары PROJECT-SI.RU. Ежедневный мониторинг СМИ, аналитические отчеты и исследования.
Проект «Цифровой дом»: http://digitalprivacy.ru/about	Проект «Цифровой дом» инициирован в рамках реализации «Стратегии институционального развития и информационно-публичной деятельности в области защиты прав субъектов персональных данных на период до 2020 года». Главная цель Проекта - создание комфортного и безопасного информационного пространства, повышение уровня цифровой грамотности граждан России, повышение поведенческой культуры в информационно-телекоммуникационной среде, единый подход к совершенствованию и гармонизации цифровой среды.
Библиотека научных публикаций «КиберЛенинка»: https://cyberleninka.ru/	КиберЛенинка поддерживает распространение знаний по модели открытого доступа (Open Access), обеспечивая бесплатный оперативный доступ к научным публикациями в электронном виде. Данная инициатива является основной для построения инфраструктуры открытой науки в России. Библиотека комплектуется научными статьями, публикуемыми в журналах России и ближнего зарубежья, в том числе, научных журналах, включённых в перечень ВАК РФ. Научные тексты размещены бесплатно.
Сайт Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: https://digital.gov.ru/ru/	Сайт Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации содержит документы и открытые данные в виде реестров, такие как: Реестр аккредитованных организаций, осуществляющих деятельность в области информационных технологий; Таблица распределения полос радиочастот между радиослужбами Российской Федерации (статистические данные); План перспективного использования радиоэлектронных средств в Российской Федерации (статистические данные) и др.

сайт Фонда защиты гласности www.gdf.ru с включенными базами данных	В сети Интернет работает сайт Фонда защиты гласности www.gdf.ru. Основные его разделы: «Лента плохих новостей», «Дайджест», «Книги» (электронные версии изданий ФЗГ), «Статьи», «Право», «Образование», «Наши партнеры», «Регионы», «Проекты», «Архив», «О Фонде», «Аналитика», «Контакты» Программы ФЗГ: • мониторинг нарушений прав журналистов и СМИ на территории Российской Федерации; • информационно-аналитическая деятельность: еженедельный электронный дайджест, новостная интернет-лента, информационные рассылки о конфликтах СМИ, ежеквартальный печатный аналитический бюллетень «Взгляд»; • научные исследования по широкому спектру правовых и этических проблем журналистики; • экспертиза законов о СМИ; • издательская программа: выпуск юридической, научной, правозащитной и справочной литературы по проблемам СМИ (издания Фонда распространяются в основном бесплатно). Полезно: вкладка «Погибшие журналисты» (по годам, обновляется ежегодно) вкладка «Нападения на журналистов» (по годам, обновляется ежеквартально)
База данных «Россия: медиаконфликты» http://www.mediaconflicts.org/	Мониторинг конфликтов с участием российских СМИ и журналистов. Ведется подробная новостная лента. В базе данных можно найти материалы по каждому зафиксированному конфликту, задержанию, уголовному преследованию, увольнению журналистов. По каждому случаю определен тип, регион, стороны конфликта, подробные данные.
Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) https://www.wciom.ru/	Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) является старейшим российским исследовательским институтом в сфере социальных, политических и маркетинговых опросов. Деятельность направлена на получение, анализ и распространение достоверной информации о состоянии и динамике социального развития, общественного мнения, массового сознания и поведения, характерных для различных социальных групп населения и территориальных общностей. Базы данных, размещенные на ресурсе: - Пресс-выпуски - База результатов опросов Архивариус - База результатов опросов Спутник - Рейтинги и индексы - Презентации - Архив Exit-polls - Электоральное прогнозирование - Открытые проекты - База данных Roper Center - Поиск по материалам - Подписка на открытые данные

7.3. Требования к кадровым условиям реализации программы бакалавриата

7.3.1. Реализация программы бакалавриата обеспечивается педагогическими работниками Института, а также лицами, привлекаемыми Институту к реализации программы бакалавриата на иных условиях.

7.3.2. Квалификация педагогических работников Института отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках.

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

7.3.4. Не менее 10 процентов численности педагогических работников Института, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых Институтom к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющих трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

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

7.4. Требования к финансовым условиям реализации программы бакалавриата

7.4.1. Финансовое обеспечение реализации программы бакалавриата осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования – бакалавриата и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Минобрнауки России.

7.5. Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата.

7.5.1. Внутренняя оценка качества образовательной деятельности и подготовка обучающихся по основной профессиональной образовательной программе.

В целях совершенствования программы бакалавриата Институт при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников Института.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе бакалавриата обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

7.5.2. Внешняя оценка качества образовательной деятельности по основной профессиональной образовательной программе.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе бакалавриата в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе бакалавриата требованиям ФГОС ВО.

8. ХАРАКТЕРИСТИКИ СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ УНИВЕРСАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ

8.1. Рабочая программа воспитания

8.2. Календарный план воспитательной работы

9. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости разрабатывается адаптированная образовательная программа, индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплин, индивидуальные задания: рефераты, письменные работы и, наоборот, только устные ответы и диалоги, индивидуальные консультации, использование диктофона и других записывающих средств для воспроизведения лекционного и семинарского материала.

В целях обеспечения обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья библиотека комплектует фонд основной учебной литературой, адаптированной к ограничению их здоровья, предоставляет возможность удаленного использования электронных

образовательных ресурсов, доступ к которым организован в БИУБ. В библиотеке проводятся индивидуальные консультации для данной категории пользователей, оказывается помощь в регистрации и использовании сетевых и локальных электронных образовательных ресурсов, предоставляются места в читальном зале, оборудованные программами невизуального доступа к информации, экранными увеличителями и техническими средствами усиления остаточного зрения. В частности, используются такие технические средства, как:

Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранная лупа;
Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранная диктор;
Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранная клавиатура;
Экранная лупа OneLoupe; Речевой синтезатор «Голос».

**Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным
государственным образовательным стандартом по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»**

№ п/ п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности Наименование профессионального стандарта
06. Связь, информационные и коммуникационные технологии		
1.	06.009	Профессиональный стандарт "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г.)
2.	06.013	Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022 г. N420н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 августа 2022 г., регистрационный N69714);

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программ бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	Код	Наименование	Уровень квалиф	Наименование	Код	Уровень квалиф.
06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	A	Организация распространения продукции СМИ	5	Организация и проведение подписной кампании	A/03.5	5
	B	Организация распространения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	B/01.6	6
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	B/02.6	6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	B/03.6	6
				Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	B/04.6	6
06.013 Специалист по информационным ресурсам	B	Создание и редактирование информационных ресурсов	5	Подбор информации по тематике сайта	B/01.5	5
				Создание информационных материалов для сайта	B/02.5	5
				Редактирование информации на сайте	B/03.5	5
				Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях	B/04.5	5
				Модерирование обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях	B/05.5	5
	C	Управление информационными ресурсами	6	Организация работ по созданию и редактированию контента	C/01.6	6
				Контроль за наполнением сайта	C/03.6	6
				Анализ информационных потребностей посетителей сайта	C/05.6	6
				Подготовка отчетности по сайту	C/06.6	6
				Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	C/07.6	6