Приложение 2

к государственному образовательному стандарту высшего профессионального образования по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью» (п. 6.1 раздел VI)

Таблица 1 - Структура ООП бакалавриата

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Код  УЦ  ОПП | Учебные циклы, разделы и проектируемые результаты их освоения | Трудоемкость  (зачет-ные единицы)\* | Перечень дисцип­лин для разработ­ки примерных про­грамм, а также учебников и учеб­ных пособий | Коды формиру-  емых  компетенций |
| **Б.1** | **ОБЩЕНАУЧНЫЙ БЛОК** | 20 |  |  |
|  | **Базовая часть**  ***В результате изучения базовой***  ***части цикла студент должен:***  ***знать:***  - основные закономерности взаимодействия человека и общества;  - основные закономерности историко-культурного развития человека и человечества;  - основные механизмы социализации личности;  - основные философские категории и проблемы человеческого бытия;  - особенности современного развития региональной и мировой экономики;  ***уметь:***  - использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации на родном и иностранных языках в  учебной и профессиональной деятельности;  - анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы;  - применять экономические знания в процессе решения задач образовательной и профессиональной деятельности;  ***владеть:***  -технологиями приобретения, использования и обновления гуманитарных, социальных и экономических знаний;  - навыками рефлексии, самооценки, самоконтроля; | 10 | Философия  История  Иностранный язык | ОК-1,2,3,5;  ОПК-5, 6, 9 |
|  | **Вариативная часть:** (знания, умения, навыка определяются ООП ООВПО) | 10 |  | ОК-1,2, 3, 6, 7;  ОПК-1,2,5,7 |
| **В. 2** | **ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ БЛОК** | 200 |  |  |
|  | **Базовая часть**  ***В результате изучения базовой***  ***части цикла студент должен:***  ***знать:*** природу современного информационного общества, основы теории коммуникации, специфику журналистики, ее функции и принципы, особенности массовой информации и коммуникации, основные принципы формирования системы средств массовой информации; иметь представление о современном состоянии системы СМИ с точки зрения ее структуры, организационных форм; отличительные черты различных средств массовой информации, типов и видов СМИ, их базовые типологические признаки; психологические, этические основы журналистики, рекламы и связей с общественностью; историю рекламы и связей с общественностью; правовые основы деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; владеть знаниями в области теории, истории и современного состояния литературы, культуры (отечественной и зарубежной); принципы работы с источниками информации; знать на углубленном уровне особенности новостной журналистики; понимать современные социальные процессы и явления, особенности развития информационного общества;  ***уметь:*** базироваться на полученных общетеоретических знаниях концептуального характера в профессиональной деятельности; формировать, развивать и поддерживать медиарилейшнз; планировать, организовывать и проводить коммуникационные кампании и мероприятия;  формировать благоприятные условия для деятельности субъекта управления путем конструирования в массовом сознании его привлекательного образа, осуществлять деятельность по расширению числа сторонников той или иной социально-экономической программы, политического проекта, мобилизации групп общественности для их поддержки; организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции; осуществлять медиамониторинг, медиапланирование, контент-анализ СМИ; уметь принимать меры по предотвращению и регулированию кризисных ситуаций; владеть навыками имиджмейкинга, брендинга.  ***владеть:*** навыками формирования благоприятной информационной среды для коммуникаций объекта связей с общественностью и его целевых аудиторий; формирования консенсусных коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью; использования информационно-коммуникационных технологий;  навыками копирайтинга; социологическим и маркетинговым инструментарием для решения профессиональных задач; креативными стратегиями решения коммуникационных задач в сфере рекламы и связей с общественностю; формирования эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации; навыками работы в условиях конвергентной журналистики; методами агрегации, переупаковки и ретрансляции информации, полученной из Интернета, от информационных агентств, органов управления, служб изучения общественного мнения;  навыками научного исследования (теоретического и эмпирического) в целях грамотной подготовки рефератов, курсовых и выпускной работы, докладов, сообщений. | 160 | Безопасность жизнедеятельности;  Русский язык и культура речи в сфере социальных массовых коммуникаций;  Теория журналистики;  Журналистский практикум: пресса, радио, телевидение, Интернет-журналистика;  Журналистские жанры;  Введение в специальность;  Теория, история и практика рекламы;  Теория, история и практика связей с общественностью;  Технологии связей с общественностью;  Организация деятельности рекламных агентств и служб связей с общественностью;  Этика рекламы и связей с общественностью;  Информационные технологии в сфере рекламы и связей с общественностью;  Социологические и маркетинговые исследования в сфере рекламы и связей с общественностью;  Менеджмент в рекламе и связях с общественностью;  Креатив в рекламе и связях с общественностью;  Копирайтинг;  Медиакритика;  Медиаправо;  Психология массовых коммуникаций;  Теория коммуникаций;  Теория и практика речевой коммуникации;  Имиджелогия;  Корпоративная культура;  Мировая и отечественная культура;  История русской и мировой литературы и публицистики;  Основы научных медиаисследований. | ОК-6,7,8,9,13,14;  ОПК-1,2,3,4, 5, 6.  ПК-1,2,3,4,5,6,7,8,9.10,11  ППК – 1,2,3,4,5. |
|  | **Вариативная часть:** (знания, умения, навыка определяются ООП ООВПО) | 40 |  | ОК-3,6,7,8,9  ОПК - 1,4,5,6,7, 11  ПК-1,2,3,4,5 |
| **Б. 3** | **ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА** | 2  400 часов | Физическая культура | ОК -8 |
| **Б. 4** | **УЧЕБНАЯ И ПРОИЗВОДСТ­ВЕННАЯ ПРАКТИКИ, НАУЧНО-ИССЛЕДОВА­ТЕЛЬСКАЯ РАБОТА** (практические умения и навыки определяются ООП ООВПО) | 12 | Учебная; Производственные по специальности, в том числе  преддипломная |  |
|  | **Учебная практика**  ***Знать:*** основы организации деятельности различных средств массовой информации; пресс-служб органов государственного управления, служб связей с общественностью коммерческих и некоммерческих организаций, рекламных фирм, общественных организаций.  ***Уметь:*** осуществлять эффективные коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью, организовывать, обеспечивать и осуществлять разработку, создание и распространение рекламной продукции; организовывать мероприятия по связям с общественностью, рекламные и ПР-кампании; осуществлять внутренние и внешние коммуникации организации; готовить и редактировать новостные материалы для газет, информационных агентств, телевидения, радио, интернет- и других СМИ.  ***Владеть:*** навыками использования современных технологий рекламы и связей с общественностью, навыками подготовки аналитических материалов.  **Производственная практика**  ***Знать:*** особенности организации, управления и контроля организаций, подразделений, осуществляющих деятельность в области рекламы и связей с общественностью;  ***Уметь:*** разработать концепцию рекламного продукта, рекламной кампании, мероприятия по связям с общественностью, осуществлять медиамониторинг и медиапланирование.  ***Владеть:*** навыками формирования, развития и поддержания медиарилейшнз, медиакоммуникаций; техниками и технологиями массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологиями и техниками пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирования в рыночной среде; формирования общественного мнения. |  |  | ПК -1,2,3,4,5,7,8, 9,10,11  ППК – 1,2,3,4,5 |
| **Б.5** | **ИТОГОВАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АТТЕСТАЦИЯ** | 6 | Комплексный государственный экзамен по теории, истории и практике рекламы и связей с общественностью;  Защита выпускной работы |  |
|  | **Общая трудоемкость основной образовательной программы** | 240 |  |  |

\* Трудоемкость блоков Б;1, Б;2 и разделов Б;3, Б;4 включает все виды

текущей и промежуточной аттестаций