

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тверской государственный технический университет»  
(ТвГТУ)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

\_\_\_\_\_ А.В. Твардовский

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ  
ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА**

Направление подготовки – **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержден приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Область и сферы профессиональной деятельности: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии

Типы задач профессиональной деятельности: организационный

Профессиональные стандарты: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Направленность (профиль) программы – **Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**

Срок освоения программы бакалавриата в очной форме обучения – 4 года

Тверь  
20\_\_

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Реквизиты образовательной программы.....	1
2. Общие положения.....	3
2.1. Используемые сокращения.....	3
2.2. Используемые нормативные документы.....	3
2.3. Обоснование выбора направления подготовки.....	4
3. Характеристика профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата.....	4
3.1. Цель реализации программы.....	4
3.2. Область и сферы профессиональной деятельности.....	4
3.3. Тип задач и задачи профессиональной деятельности выпускника.....	5
3.4. Направленность (профиль) программы.....	5
4. Структура и объем программы бакалавриата.....	5
5. Требования к результатам освоения программы бакалавриата.....	6
5.1. Универсальные компетенции.....	6
5.2. Общепрофессиональные компетенции.....	7
5.3. Профессиональные компетенции.....	8
6. Индикаторы достижения компетенций.....	8
6.1. Индикаторы универсальных компетенций.....	8
6.2. Индикаторы общепрофессиональных компетенций.....	10
6.3. Индикаторы профессиональных компетенций.....	11
7. Планируемые результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам.....	12
8. Требования к результатам освоения образовательной программы.....	15
9. Оценка качества результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам.....	15
10. Требования к условиям реализации программы.....	16
11. Требования к кадровым условиям реализации программы.....	17
12. Разработчики общей характеристики программы.....	18
13. Лист регистрации изменений ОХОП.....	19

## **2. Общие положения**

### **2.1. Используемые сокращения**

В настоящем документе используются следующие сокращения:

ВО – высшее образование;

ГИА – государственная итоговая аттестация, включающая подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена, а также подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы;

ОП ВО, ОП, Программа – основная профессиональная образовательная программа высшего образования – программа бакалавриата по направлению подготовки 13.03.02 Электроэнергетика и электротехника;

ОПК – общепрофессиональные компетенции, предусмотренные ФГОС ВО;

ОХОП – общая характеристика Программы бакалавриата;

ПК – профессиональные компетенции, сформированные университетом в соответствии с профессиональным стандартом;

ПС 06.009 – Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. № 535н, зарегистрирован в Минюсте России от 4.09.2014 №33973;

ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержден приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512, зарегистрирован в Минюсте России 29 июня 2017 г. № 47220.

### **2.2. Используемые нормативные документы**

При разработке настоящей ОП ВО использованы следующие основные нормативные документы:

Федеральный закон от 21.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержден приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. № 245 (далее – Порядок).

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержден приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512.

Инструктивные и методические материалы Минобрнауки России, относящиеся к организации и осуществлению образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования, сопряженным с профессиональными стандартами.

При разработке настоящей ОП ВО использованы следующие основные локальные нормативные акты университета:

Положение об организации и осуществлению образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в ТвГТУ, утверждено приказом ректора университета от 24.08.2017 г.

Положение «Требования ТвГТУ к структуре, содержанию и оформлению образовательных программ бакалавриата, программ магистратуры и программ специалитета, соответствующих федеральным государственным образовательным стандартам высшего образования с учетом профессиональных стандартов», утвержденное ректором 30.09.2020 г. (далее – Положение).

### **2.3. Обоснование выбора направления подготовки**

Появление за последние десятилетия на рынке Твери и Тверской области большого количества коммерческих организаций и компаний, осуществляющих как выпуск продукции, так и предоставление услуг, а также приход в регион крупных инвесторов, в том числе зарубежных, увеличили спрос на рекламистов и PR-специалистов, в задачу которых входит выстраивание отношений не только со СМИ, но и с административными, финансовыми и бизнес-структурами.

Университет для удовлетворения потребности рынка труда с 2008 г. осуществлял комплексную подготовку студентов по специальности Связи с общественностью (профиль Связи с общественностью в сфере экономики), с 2012 г. – по направлению Реклама и связи с общественностью (профиль Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере).

Университет для подготовки специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью располагает необходимой материальной базой, высококвалифицированными профессионалами-практиками в области рекламы и PR, а также наличием договоров о сотрудничестве с крупнейшими предприятиями и организациями Твери и Тверской области.

В соответствии с вышеизложенным реализация ОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью для организационного типа задач профессиональной деятельности является обоснованной.

## **3. Характеристика профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата**

### **3.1. Цель реализации программы**

ОП ВО направлена на формирование у выпускника следующих качеств:

1. Личностное развитие гражданина, соответствующее общим требованиям, предъявляемым к образованности бакалавра – раскрытие их интеллектуального и духовно-нравственного потенциала, формирование готовности к активной профессиональной и социальной деятельности, системность профессионального мышления, инновационной открытости, способности к самостоятельному приращению имеющихся знаний, способностью адаптироваться к изменяющимся условиям профессиональной деятельности.

2. Готовность решать сложные профессиональные задачи, которые:

- не могут быть решены без применения фундаментальных научных и углубленных социогуманитарных знаний;

- не имеют очевидных решений, требуют развитого абстрактного мышления и оригинальности анализа;

- требуют использования аналитического подхода, основанного на фундаментальных принципах;

- охватывают интересы различных заинтересованных групп лиц;

- предполагают использование творческого подхода в применении знаний в области профессиональной деятельности.

3. Способность непосредственно после освоения программы выполнять обобщенные трудовые функции и трудовые функции, предусмотренные Программой.

4. Способность выполнять иные трудовые функции, не предусмотренные образовательной программой и относящиеся к направлению подготовки, после освоения дополнительной профессиональной программы и/или приобретения опыта практической работы.

### **3.2. Область и сферы профессиональной деятельности**

В соответствии с ФГОС ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в следующих областях и (или) сферах профессиональной деятельности:

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

сфера рекламы и связей с общественностью.

Настоящая ОП ВО ориентирована на сферу рекламы и связей с общественностью.

### **3.3. Тип задач и задачи профессиональной деятельности выпускника**

В соответствии с ФГОС ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью выпускники могут готовиться к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

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

Исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательского, кадрового и материально-технического ресурса университета настоящая программа ориентирована на тип задач профессиональной деятельности – организационный.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата в соответствии с типом задач профессиональной деятельности – организационный – должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

- организация процесса создания коммуникационного продукта;
- участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
- организация и участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий;
- участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых рекламных проектов, включающих в себя рекламные кампании одной тематики с общими данными, которые будут рекламироваться.

### **3.4. Направленность (профиль) программы**

Направленность (профиль) программы бакалавриата, которая конкретизирует содержание программы в рамках направления подготовки (установленная путем ориентации ее: на сферу профессиональной деятельности выпускников; тип задач и задачи профессиональной деятельности выпускников; объекты профессиональной деятельности выпускников) – **Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере.**

## **4. Структура и объем программы бакалавриата**

Структура программы бакалавриата включает следующие блоки:

Блок 1 «Дисциплины (модули)»;

Блок 2 «Практика»;

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

Структура и объем программы бакалавриата представлены в Таблице 1:

Таблица 1

Структура программы бакалавриата		Объем программа бакалавриата и ее блоков в з.е.	
		в соответствии с ФГОС ВО	ОП ВО
Блок 1	Дисциплины (модули)	не менее 165	195
Блок 2	Практика	не менее 27	36
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6-9	9
Объем программы бакалавриата		240	

В соответствии с п.2.4. ФГОС ВО в Блок 2 «Практика» входят учебная и производственная практики.

Структура и объем в зачетных единицах Блока 2 «Практика» представлены в Таблице 2.

Таблица 2

Вид практики	Тип практики	Объём в з.е.
Учебная практика	Профессионально-ознакомительная	9
Производственная практика	Профессионально-творческая	18
	Преддипломная практика	9
<b>Итого</b>		<b>36</b>

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входят защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты.

В университете для бакалавриата установлен следующие виды выпускной квалификационной работы – дипломная работа.

## 5. Требования к результатам освоения программы бакалавриата

### 5.1. Универсальные компетенции

Программа бакалавриата в соответствии с ФГОС ВО устанавливает следующие универсальные компетенции (УК):

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
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
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной 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
Инклюзивная компетентность	УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Гражданская позиция	УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности

## 5.2. Общепрофессиональные компетенции

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими **общепрофессиональными компетенциями (ОПК)**:

наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции выпускника
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
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
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических

	механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Технологии	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

### 5.3. Профессиональные компетенции

5.3.1. В настоящей программе установлены самостоятельно ПК на основании следующих профессиональных стандартов:

ПС 06.009 – Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. № 535н, зарегистрирован в Минюсте России от 4.09.2014 №33973;

Данные ПС содержатся в реестре профессиональных стандартов и содержат требования, предъявляемые к бакалавру.

5.3.2. Профессиональный стандарт 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» для квалификации бакалавр предусматривает следующую обобщенную трудовую функцию (ОТФ):

«В6. Организация продвижения продукции СМИ».

Установление профессиональных компетенций в программе осуществлялось на основе следующих трудовых функций (ТФ), соответствующих указанной обобщенной трудовой функции, исполнение которых не требует опыта практической работы от бакалавра:

«В/01.6. Организация маркетинговых исследований в области СМИ».

«В/02.6. Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ».

«В/03.6. Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ».

«В/04.6. Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ».

ОП ВО, сопряженная с ПС 06.009, устанавливает следующие профессиональные компетенции:

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

ПК-2. Способен участвовать в разработке и реализации коммуникационной стратегии по продвижению медиатекста и/или медиапродукта;

ПК-3. Способен принимать участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;

ПК-4. Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы;

ПК-5. Способен оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

## 6. Индикаторы достижения компетенции

### 6.1. Индикаторы универсальных компетенций

Коды и содержание компетенций и индикаторов их достижения
<b>УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</b>
ИУК-1.1. Демонстрирует владение методологическим аппаратом гносеологии

<b>Коды и содержание компетенций и индикаторов их достижения</b>
ИУК-1.2. Выполняет поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи
ИУК-1.3. Использует системный подход для решения поставленных задач
ИУК- 1.4.Применяет общеправовые знания в различных сферах деятельности
<b>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</b>
ИУК-2.1. Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение
ИУК-2.2. Выбирает оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения
<b>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</b>
ИУК-3.1. Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели
ИУК-3.2. Взаимодействует с другими членами команды для достижения поставленной задачи
ИУК-3.3.Анализирует социально значимые процессы и явления, роль человека в системе общественных отношений
<b>УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</b>
ИУК-4.1. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке
ИУК-4.2. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах не менее чем на одном иностранном языке
ИУК-4.3. Использует современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации
<b>УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</b>
ИУК-5.1. Анализирует современное состояние общества на основе знания истории
ИУК-5.2. Интерпретирует проблемы современности с позиций этики и философских знаний
ИУК-5.3. Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных цивилизаций
ИУК-5.4. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп. Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера.
<b>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</b>
ИУК-6.1. Эффективно планирует собственное время
ИУК-6.2. Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации
<b>УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</b>
ИУК-7.1. Понимает влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний
ИУК-7.2. Выполняет индивидуально подобранные комплексы оздоровительной или адаптивной физической культуры

<b>Коды и содержание компетенций и индикаторов их достижения</b>
<b>УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций</b>
ИУК-8.1. Анализирует факторы вредного влияния элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений)
ИУК-8.2. Идентифицирует угрозы (опасности) природного и техногенного происхождения для жизнедеятельности человека в соответствии с нормативно-правовыми актами, выбирает методы защиты от угроз, в том числе при возникновении чрезвычайной ситуации и военного конфликта
ИУК-8.3. Выявляет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций
ИУК-8.4. Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; оказывает первую помощь, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях
<b>УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах</b>
ИУК-9.1. Демонстрирует базовые дефектологические знания в сфере правовых особенностей профессиональной деятельности инвалидов
ИУК-9.2. Демонстрирует понимание социальных особенностей маломобильных групп населения и лиц с особыми образовательными потребностями
ИУК-9.3. Демонстрирует понимание инклюзивного подхода к организации социального взаимодействия с представителями маломобильных групп населения и лиц с особыми образовательными потребностями
ИУК-9.4. Осуществляет коммуникативный обмен информацией в условиях инклюзивной деятельности
<b>УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</b>
ИУК-10.1. Демонстрирует понимание и использует базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике
ИУК-10.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски
<b>УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности</b>
ИУК-11.1. Демонстрирует понимание социальной значимости нетерпимого отношения к коррупционному поведению
ИУК-11.2. Демонстрирует правовые знания в сфере антикоррупционной деятельности

## **6.2. Индикаторы общепрофессиональных компетенций**

<b>Коды и индикаторы</b>
<b>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</b>
ИОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
ИОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
<b>ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</b>

<b>Коды и индикаторы</b>
ИОПК-2.1. Ориентируется в системе общественных и государственных институтов, механизмах их функционирования и тенденции развития
ИОПК-2.2. Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
<b>ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</b>
ИОПК-3.1. Демонстрирует понимание отечественного и мирового культурного процесса
ИОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
<b>ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</b>
ИОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
ИОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
<b>ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</b>
ИОПК-5.1. Выявляет совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ИОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
<b>ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</b>
ИОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
ИОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
<b>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</b>
ИОПК-7.1. Учитывает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

### 6.3. Индикаторы профессиональных компетенций

<b>ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</b>
--

ИПК-1.1. 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 общественностью
ИПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
ИПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
<b>ПК-2. Способен участвовать в разработке и реализации коммуникационной стратегии по продвижению медиатекста и/или медиапродукта</b>
ИПК-2.1. Участвует в разработке и реализации медиаплана и плана выставочных мероприятий
ИПК-2.2. Участвует в организации рекламной деятельности в рамках реализации программы продвижения продукта организации
<b>ПК-3. Способен принимать участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации</b>
ИПК-3.1. Определяет структуру, создает, редактирует и корректирует информационный контент
ИПК-3.2. Осуществляет мероприятия по использованию каналов коммуникаций для реализации программы продвижения продукта организации
<b>ПК-4. Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью</b>
ИПК-4.1. Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью
ИПК-4.2. Проводит мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок
ИПК-4.3. Организует подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
<b>ПК-5. Способен оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</b>
ИПК-5.1. Проектирует маркетинговые, репутационные, медийные и прочие исследования и анализирует их результаты
ИПК-5.2. Применяет основные методы и технологии анализа информационного поля

## 7. Планируемые результаты обучения по дисциплинам (модулям), и практикам

В разделе приведен перечень наименований дисциплин (модулей) и практик, которые являются необходимыми и достаточными для обеспечения уровня ВО – бакалавриат в соответствии с направлением подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, видом профессиональной подготовки и профилем. Приведены трудоемкости дисциплин (модулей) и практик, коды формируемых полностью или частично компетенций. Сведения представлены в таблице 3.

Таблица 3

### Планируемые результаты обучения по программе бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

#### БЛОК 1 «Дисциплины (модули)»

№	Наименование дисциплин (модулей)	з.е.	Коды индикаторов компетенций
<b>Всего Блок 1 - 195 з.е., в том числе:</b>			
<b>Обязательная часть – 102 з.е., в том числе:</b>			
1	История России	4	ИУК-5.1.; ИУК-5.3.

2	Философия	3	ИУК-5.2., ИУК-1.1.
3	Иностранный язык	8	ИУК-4.2.; ИОПК-1.2.
4	Безопасность жизнедеятельности	3	ИУК-8.1.; ИУК-8.2.; ИУК-8.3., ИУК-8.4.
5	Физическая культура и спорт	2	ИУК-7.1.
6	Речевая и деловая коммуникация	2	ИУК-4.1.; ИОПК-1.1.; ИОПК-1.2.
7	Социология	3	ИУК-3.3; ИУК-9.2; ИУК-9.3
8	Правоведение	3	ИУК-1.4; ИУК-9.1; ИУК-11.1; ИУК-11.2
9	Политология	4	ИУК-1.3.; ИОПК-2.1.; ИОПК-2.2.
10	Экономика	2	ИУК-10.1; ИУК-10.2; ИОПК-5.1.
11	История литературы и искусства	11	ИОПК-3.1.; ИОПК-3.2.
12	Цифровые коммуникации	2	ИОПК-6.1.; ИОПК-6.2.
13	Информационные технологии в прикладных коммуникациях	4	ИОПК-6.1.; ИОПК-6.2.
14	Введение в коммуникационные специальности	4	ИОПК-1.1.; ИОПК-4.2.; ИОПК-5.1.
15	Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации	7	ИОПК-2.1.; ИОПК-2.2.; ИОПК-5.2.
16	Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы	6	ИОПК-5.1.; ИОПК-7.1.; ИОПК-7.2.
17	Психология рекламы и связей с общественностью	2	ИУК-1.3.; ИУК-3.2.; ИОПК-4.2.
18	История рекламы и связей с общественностью	5	ИОПК-3.2.; ИОПК-5.2.
19	Политическая и экономическая регионалистика	4	ИОПК-5.1.; ИУК-1.2.
20	Политико-правовые основы государственных и общественных систем	4	ИОПК-2.1.; ИОПК-2.2.
21	Управление общественным мнением	4	ИОПК-4.1.; ИОПК-4.2.; ИОПК-2.2.
22	Избирательные технологии	4	ИОПК-4.1.; ИУК-1.1.; ИОПК-4.2.
23	Социальная реклама	3	ИОПК-1.2.; ИОПК-7.1.; ИОПК-7.2.
24	Информатика	2	ИУК-1.2.; ИУК-4.3.
25	Брендинг территорий	3	ИОПК-5.1.; ИОПК-5.2.
26	Основы российской государственности	2	ИУК-5.4
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений –89 з.е., в том числе</b>			
27	Психология	2	ИУК-3.1.; ИУК-6.1.; ИУК-6.2., ИУК-9.4
28	Культурология	2	ИУК-5.3.
29	Логика и теория аргументации	4	ИУК-6.2.; ИУК-1.1.; ИУК-1.2.
30	Командообразование и методы групповой работы	2	ИУК-6.1.; ИУК-3.1; ИУК-3.2.
31	Менеджмент в рекламе и связях с общественностью	4	ИУК-2.1.; ИУК-2.2.; ИПК-1.1.; ИПК-4.1.
32	Теория и практика связей с общественностью	10	ИПК-3.1.; ИПК-3.2.
33	Теория и практика рекламы	9	ИПК-3.2.; ИПК-4.3.; ИПК-1.2.
34	Теория и практика массмедиа	7	ИПК-2.2.; ИПК-2.1.
35	Интегрированные коммуникации	3	ИПК-3.2.
36	Организация и проведение	7	ИПК-5.1.; ИУК-3.1.

	коммуникационных кампаний		
37	Стилистика и создание медиатекста	4	ИПК-2.1.; ИПК-2.2.
38	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью	4	ИПК-5.1.
39	Создание и управление информационными ресурсами в сети Интернет	4	ИУК-6.1.; ИПК-5.2.
40	Управления проектом по продвижению коммуникационного продукта	4	ИПК-1.1.; ИПК-1.2.
41	Планирование коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	4	ИПК-1.3.; ИПК-1.2.
42	Организация деятельности подразделения/агентства по рекламе и связям с общественностью	3	ИПК-4.1.; ИПК-4.3.; ИПК-4.2.
43	Управление корпоративной культурой	2	ИПК-4.2.
44	Бренд-менеджмент	3	ИПК-1.1.; ИПК-1.3.; ИПК-4.2.
45	Event-менеджмент	3	ИПК-1.2.; ИПК-1.3.; ИПК-4.2.
46	Маркетинг	3	ИПК-1.1.; ИПК-2.2.; ИПК-2.1.; ИПК-4.3.
47	Оценка эффективности реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	3	ИПК-5.1.; ИПК-5.2.
48	Организация выставочной деятельности и бизнес-презентаций	2	ИПК-3.2.; ИПК-4.2.
<b>Элективные дисциплины – 4 з.е.</b>			
49	Анализ поведения потребителей	2	ИПК-1.1.; ИПК-5.1.
	Теория консюмеризма		ИПК-1.1.; ИПК-5.1.
50	Реклама и связи с общественностью в деятельности некоммерческих организаций	2	ИПК-3.1.; ИПК-3.2.
	Реклама и связи с общественностью в органах власти		ИПК-3.1.; ИПК-3.2.
51	Элективная дисциплина по физической культуре и спорту	-	ИУК-7.1.; ИУК-7.2.
	Занятия в секциях по видам спорта		ИУК-7.1.; ИУК-7.2.

В программе предусмотрены элективные дисциплины (дисциплины по выбору студента). После выбора этих дисциплин студентом они становятся обязательными для освоения.

Из Таблицы 3 следует, что:

дисциплины Блока 1 являются необходимыми и достаточными для обеспечения уровня подготовленности выпускника к решению профессиональных задач;

структура и трудоемкость программы удовлетворяют требованиям ФГОС ВО;

планируемые результаты освоения программы в части Блока 1 удовлетворяют требованиям ФГОС ВО и соответствуют разделу 4;

В рамках настоящей ОП ВО в 1 семестре реализуются факультативные дисциплины – «Информационные ресурсы зональной научной библиотеки ТвГТУ» и «Создание и формирование электронного портфолио обучающегося». Указанные дисциплины не включаются в общую трудоемкость ОП ВО, равную 240 з.е.

## БЛОК 2 «Практики»

Вид и тип практики	з.е.	Коды индикаторов компетенций
<b>Учебная практика, в том числе:</b>	<b>9</b>	
профессионально-ознакомительная	9	ИУК-3.1.; ИУК-3.2.; ИУК-6.1.; ИУК-6.2.; ИПК-1.3.; ИПК-4.1.; ИПК-4.3.
<b>Производственная практика, в том числе:</b>	<b>30</b>	
Профессионально-творческая	18	ИУК-3.1.; ИУК-3.2.; ИУК-6.1.; ИУК-6.2.; ИОПК-1.1.; ИОПК-1.2.; ИОПК-2.1.; ИОПК-2.2.; ИОПК-3.2.; ИОПК-4.1.; ИОПК-4.2.; ИОПК-5.2.; ИОПК-6.2.; ИОПК-7.1.;
Преддипломная практика	9	ИУК-3.1.; ИУК-3.2.; ИУК-6.1.; ИУК-6.2.; ИПК-1.2.; ИПК-4.3.; ИПК-1.1.; ИПК-2.1.; ИПК-2.2.; ИПК-3.1.; ИПК-5.1.; ИПК-5.2.

В целом трудоемкость ОП ВО соответствует Таблице 1. Таблица 3 содержит все компетенции, содержащиеся в разделе 4 и отражающие степень освоения программы.

### 8. Требования к результатам освоения образовательной программы

Формирование у выпускника всех компетенций, установленных Программой, обеспечивается совокупностью результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам учебного плана ОП ВО.

Сформированность компетенций определяется через индикаторы достижения компетенций, отнесенные к программе дисциплины (модулю) и практике.

В целях определения соответствия результатов освоения обучающимися ОП ВО требованиям ФГОС ВО проводится государственная итоговая аттестация.

## БЛОК 3 «Государственная итоговая аттестация»

Наименование	з.е.	Коды компетенций, уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности
Государственная итоговая аттестация, в том числе:	9	
Дипломная работа	9	Демонстрация подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности (в соответствии с требованиями к ВКР образовательной программы)

### 9. Оценка качества освоения программы

Оценка качества освоения ОП ВО включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и государственную итоговую аттестацию выпускников.

Фонды оценочных средств и конкретные формы и процедуры промежуточной аттестации по каждой дисциплине и практике содержатся в программах дисциплин и практик и

доводятся до сведения обучающихся в течение первого месяца обучения.

Государственная итоговая аттестация включает:

защиту выпускной квалификационной работы.

Государственная итоговая аттестация регламентируется документами:

Порядок проведения государственной итоговой аттестации;

## **10. Требования к условиям реализации программы**

Раздел соответствует пунктам 4.2 – 4.3 ФГОС ВО:

10.1. Общесистемные требования к реализации программы бакалавриата.

10.1.1. Университет располагает на праве собственности или ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы бакалавриата по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом.

10.1.2. Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), как на территории Университета, так и вне ее. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды могут быть созданы с использованием ресурсов иных организаций.

Электронная информационно-образовательная среда Университета обеспечивает:

доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации программы бакалавриата с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий электронная информационно-образовательная среда Университета дополнительно обеспечивает:

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата;

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 должно соответствовать законодательству Российской Федерации.

10.1.3. При реализации программы бакалавриата в сетевой форме требования к реализации программы бакалавриата должны обеспечиваться совокупностью ресурсов материально-технического и учебно-методического обеспечения, предоставляемого организациями, участвующими в реализации программы бакалавриата в сетевой форме.

10.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы бакалавриата.

10.2.1. Помещения 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 в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

10.2.2. Университет 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).

10.2.3. При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

10.2.4. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

10.2.5. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

## **11. Требования к кадровым условиям реализации программы.**

Раздел соответствует подпунктам 4.4.3 – 4.4.5 ФГОС ВО:

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

11.2. Не менее 5 процентов численности педагогических работников университета, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых университетом к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), должны являться руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (иметь стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

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

**12. Разработчики общей характеристики программы бакалавриата  
по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Руководитель подразделения-разработчика:  
Декан ФУСК \_\_\_\_\_ И.И. Павлов

Руководитель разработки:  
заведующий кафедрой МСО \_\_\_\_\_ А.А. Тягунов

Исполнители:  
доцент кафедры МСО \_\_\_\_\_ Д.А. Клинкова

старший преподаватель кафедры МСО \_\_\_\_\_ В.П. Потамская

Представитель работодателя:  
руководитель ГКУ «Аппарат Общественной  
палаты Тверской области» \_\_\_\_\_ Л.В. Иванова

Согласовано:  
начальник УМУ \_\_\_\_\_ М.А. Коротков

**13. Лист регистрации изменений в ОХОП по направлению подготовки****42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Уровень высшего образования – бакалавриат

Тип задач профессиональной деятельности – организационный

Направленность (профиль) подготовки – **Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**

№ изменения	Номер листа			№ документа и дата введения изменения в действие согласно нормативно-правовым документам	Дата внесения изменения в ОХОП	Ф.И.О. лица, ответственного за внесение изменений
	измененного	нового	изъятого			
1	3,7,9,10,11,12,13,14,15	3,7,9,10,11,12,13,14,15	3,7,9,10,11,12,13,14,15	ФЗ от 26.05.2021 № 144-ФЗ введение изменения в действие с 01.09.2021 г. Письмо Минобрнауки России от 28.05.2021 № МН-5/1091	20.09.2021г.	Наумова Е.Э.
2	6,7,10,11,12	6,7,10,11,12	6,7,10,11,12	Приказ Минобрнауки России от 26.11.2020 № 1456 введение изменения в действие с 01.09.2021 г.	17.09.2021 г.	Наумова Е.Э.
3	3	3	3	Приказ Минобрнауки России от 06.04.2021 г. № 245 введение изменения в действие с 01.09.2022 г.	14.09.2022г.	Наумова Е.Э.
4	15,16	15,16	15,16	Приказ Минобрнауки России от 19.07.2022 № 662 введение изменения в действие с 01.09.2023 г.	26.09.2023 г.	Наумова Е.Э.
5	7,11	7,11	7,11	Приказ Минобрнауки России № 208 от 27.02.2023 введение изменения в действие с 01.09.2023 г.	26.09.2023 г.	Наумова Е.Э.
6	10,16	10,16	10,16	Письмо Минобрнауки России от 21.04.2023г. МН-11/1516-ПК введение изменения в действие с 01.09.2023г.	01.09.2023 г.	Наумова Е.Э.
7	18	18	18	Выписка из протокола № 3 заседания методического совета ТвГТУ	03.09.2018 г.	Наумова Е.Э.

				от 21.06.2018 г.		
8	17,18	17,18	17,18	Выписка из протокола № 7 заседания ученого совета ТвГТУ от 16.03.2022 г.	01.09.2022 г.	Наумова Е.Э.