

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет»
(ФГБОУ ВПО «КнАГТУ»)

У Т В Е Р Ж Д Е Н О
Первым проректором ФГБОУ ВПО «КнАГТУ»
А.Р. Куделько
«04» июня 2012 г.

ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
высшего профессионального образования

Направление подготовки (специальность):
031600.62 Реклама и связи с общественностью
(шифр) *(наименование программы)*

ФГОС ВПО программы утвержден приказом Минобрнауки России
от «29» марта 2010 г. № 221

Квалификация (степень) выпускника	бакалавр
Нормативный срок обучения по очной форме	4 года
Форма обучения	очная
Базовое образование	среднее
Срок обучения	4 года
Технология обучения	традиционная

Содержание

1.	Общие сведения о программе.....	___
2.	Профили подготовки выпускников.....	___
3.	Характеристика профессиональной деятельности выпускников.....	___
3.1.	Области профессиональной деятельности.....	___
3.2.	Объекты профессиональной деятельности.....	___
3.3.	Виды профессиональной деятельности.....	___
3.4.	Основные профессиональные задачи, подлежащие решению выпускниками, освоившими образовательную программу.....	___
4.	Требования к результатам освоения образовательной программы.....	___
4.1.	Требования федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС ВПО).....	___
4.2.	Региональные требования (требования работодателей).....	___
5.	Примерные планы реализации основной образовательной программы (ООП).....	___
5.1.	Примерный учебный план ООП.....	___
5.2.	Бюджет времени ООП.....	___
6.	Рабочие учебные программы дисциплин.....	___

1. Общие сведения о программе

ООП подготовки бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью» включает в себя:

- учебный план;
- рабочие программы учебных дисциплин;
- программы учебной и производственной практик;
- календарный учебный график;
- методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии;
- другие материалы, обеспечивающие воспитание и качество подготовки студентов.

Профиль ООП соответствует примерной основной общеобразовательной программе ВПО.

Максимальный объем учебной нагрузки бакалавра устанавливается 54 часа в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы.

Объем аудиторных занятий в неделю составляет 27 часов в неделю. При том в указанный объем не входят обязательные практические занятия по физкультуре.

2. Профили подготовки выпускников

Подготовка бакалавров по направлению подготовки 031600.61 «Реклама и связи с общественностью» в ФГБОУ ВПО «КНАГТУ» ведется по профилю «Реклама и связи с общественностью в отрасли».

3. Характеристика профессиональной деятельности выпускников

3.1. Области профессиональной деятельности

Область профессиональной деятельности бакалавров включает:

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

3.2. Объекты профессиональной деятельности выпускников

Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются:

- государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации.

3.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

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

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

3.4. Основные профессиональные задачи, подлежащие решению выпускниками, освоившими образовательную программу

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

- организационно-управленческая:
 - участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
 - осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью;
 - проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;
 - оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
 - участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации;
 - осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников;
- проектная:
 - участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;
 - подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- коммуникационная:
 - участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том

- числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;
- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;
- рекламно-информационная:
 - разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая:
 - участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;
 - участие в организации и проведении социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы, организации, товаров и услуг;
 - проведение рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;
 - сбор, обработка и анализ полученных данных;
 - подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения;
 - обработка и подготовка данных для анализа;
 - сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью;
 - составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов;
 - написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

4. Требования к результатам освоения образовательной программы

4.1. Требования федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС ВПО)

4.1.1. Выпускник должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);

- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);
- использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- использованием основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);
- способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);
- владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14);
- владением новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-15);
- владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития (ОК-16);
- знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

4.1.2. Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

общепрофессиональные:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);
- способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- способностью под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);
- владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);
- обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);
- обладает базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7);
- обладает базовыми навыками медиапланирования (ПК-8);
- обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);
- способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);
- способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13);
- умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);
- умением использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-15);

организационно-управленческая деятельность:

- обладает пониманием основ менеджмента и маркетинга (ПК-16);
- знает историю и основные теории менеджмента, владеет основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов (ПК-17);
- способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК-18);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);
- способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22);

проектная деятельность:

- способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);
- владеет навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-24);
- способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации (ПК-25);

коммуникационная деятельность:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с

целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-27);

рекламно-информационная деятельность:

- способностью организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28);

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

- обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции (ПК-29);

- способностью организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации (ПК-30);

- способностью организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-31);

- способностью подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-32);

- способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);

- владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);

- владеет навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

4.2. Региональные требования (требования работодателей)

Выпускник ООП должен обладать следующими компетенциями:

- профессиональными знаниями, умениями и навыками в региональной коммерческой и производственной сфере;

- стремлением к постоянному саморазвитию, повышению своей квалификации;

- умением работать с основными информационно-поисковыми и экспертными системами;

- способностями адаптироваться к условиям деятельности за пределами узко профессиональной сферы;

- способностями самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения;

- глубокими знаниями в области профессиональной и корпоративной этики;

- системными знаниями и навыками менеджмента организации;

- исполнительностью (дисциплинированностью);
- образованностью (широтой знаний, высокой общей культурой);
- ответственностью (чувством долга, умением держать свое слово);
- эффективностью в делах (трудолюбием, продуктивностью в работе);
- способностями к социальному взаимодействию в коллективе;
- независимостью (способностью действовать самостоятельно, решительно);
- самоконтролем (сдержанностью, самодисциплиной).